

22/LP/FD/07/2013

**PENELITIAN**  
**PERSEPSI PUBLIK PADA TAYANGAN KASUS KORUPSI**  
**DALAM ACARA INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE**  
(Studi Deskriptif di Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan)

**OLEH**

**WINDA KUSTIAWAN, MA.**  
**NIP 19831027 201101 1 004**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**  
**SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2013**





PENELITIAN  
PERSEPSI PUBLIK PADA TAYANGAN KASUS KORUPSI  
DALAM ACARA INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE  
(Studi Deskriptif di Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan)

OLEH

WINDA KUSTIAWAN, MA.  
NIP 19831027 201101 1 004



FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI  
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI  
SUMATERA UTARA  
MEDAN  
2013

P  
384.55  
KUS  
p  
8.1



**PENELITIAN**

**PERSEPSI PUBLIK PADA TAYANGAN KASUS KORUPSI**

**DALAM ACARA INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE**

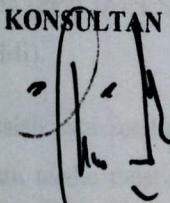
**(Studi Deskriptif di Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan)**

**OLEH**

**WINDA KUSTIAWAN, MA.**

**NIP 19831027 201101 1 004**

**KONSULTAN**



**PROF. DR. H. SYUKUR KHOLIL, MA.**

**NIP 19640209 1989 03 003**



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI**  
**INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI**  
**SUMATERA UTARA**  
**MEDAN**  
**2013**



## IDENTITAS PENULIS

Winda Kustiawan, S.Sos.I, MA lahir di Desa sei Bamban Kecamatan Batang Serangan Kabupaten Langkat pada tanggal 27 Oktober 1983. Lahir dari keluarga petani, ayah bernama Achmad Soejoko, ibu Lasiani.

Penulis menamatkan sekolah dasar (SD) di desa sei Bamban, SD Negeri Impres 0618 Kampung Bamban pada tahun 1996, menamatkan sekolah menengah pertama (SMP) swasta Ampera Kecamatan Batang Serangan pada tahun 1999, kemudian penulis menamatkan sekolah menengah kejuruan teknik industri (SMK-TI) Swasta Raksana Medan pada tahun 2002, pada tahun 2006 penulis menamatkan strata satu (S1) di Fakultas Dakwah IAIN Sumatera Utara Medan jurusan Pengembangan Masyarakat Islam (PMI), dan tahun 2010 penulis menamatkan Program Pasca Sarjana (PPs) IAIN Sumatera Utara Medan dengan konsentrasi Komunikasi Islam (KOMI).

Media massa merupakan salah satu media untuk menyampaikan pesan komunikasi yang efektif. Salah satu media massa yang saat ini menjadi pusat perhatian masyarakat yaitu televisi. Hampir setiap rumah tangga memiliki televisi dan bahkan dengan perkembangan teknologi telekomunikasi handphone juga menghadirkan menu televisi di dalam perangkatnya. Untuk itu televisi saat ini menjadi kebutuhan masyarakat luas, dari tukang kayu, bangunan, pegawai negeri dan professor sekalipun sangat membutuhkan televisi.

Dalam hal ini penulis mencoba menfokuskan penulisan karya ilmiah dengan judul **"PERSEPSI PUBLIK PADA TAYANGAN KASUS KORUPSI DALAM ACARA INDONESIA LAWYERS CLUB DI TV ONE"** (Studi Deskriptif di Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan).



## KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang tetap memberikan kesehatan dan kebahagiaan, sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik. Salawat dan salam tak lupa penulis sampaikan kepada junjungan alam Nabi Muhammad SAW, semoga contoh keteladanan beliau akan selalu menjadi referensi dalam hidup di dunia dan akhirat.

Alhamdulillah pada akhirnya tulisan ini dapat diselesaikan, guna menjadi salah satu persyaratan naik golongan dan pangkat bagi penulis. Namun penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan ini. Tidak banyak dapat penulis katakan hanya ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penulisan ini, semoga Allah membalas kebaikan yang disimpan.

Selanjutnya apabila dalam tulisan ini masih terdapat banyak kekurangan dan kelemahan, penulis memohon kritik dan saran yang dapat menyempurnakan tulisan ini.

Demikian yang dapat penulis sampaikan, semoga tulisan ini dapat dijadikan sumber referensi kepada peneliti yang sama. Dan semoga dapat menjadi sumbangsih pemikiran bagi para peneliti yang lainnya.

Medan 27 Juni 2013

Winda Kustiawan



## DAFTAR ISI

### KATA PENGANTAR

DAFTAR ISI .....	i
------------------	---

BAB I PENDAHULUAN .....	1
-------------------------	---

A. Latar Belakang Masalah .....	1
---------------------------------	---

B. Batasan Istilah .....	2
--------------------------	---

C. Rumusan Masalah .....	3
--------------------------	---

D. Tujuan dan Kegunaan Penelitian .....	3
---	---

E. Kerangka Dasar Berpikir .....	4
----------------------------------	---

F. Sistematika Penulisan .....	6
--------------------------------	---

BAB II LANDASAN TEORITIS .....	7
--------------------------------	---

A. Pengertian Persepsi Dan Publik .....	7
---	---

B. Karakter Jurnalistik Pertelevisian .....	8
---	---

C. Televisi Sebagai Sumber Informasi .....	20
--	----

D. Televisi Dalam Perkembangan Informasi .....	23
--	----

E. Program Siaran Televisi Sebagai Edukasi .....	28
--	----

F. Sejarah Perkembangan TV One .....	33
--------------------------------------	----

G. Media Sebagai Penyampai Dan Penafsir Informasi .....	35
--	----

H. Informasi .....	36
--------------------	----

BAB III METODOLOGI PENULISAN .....	44
------------------------------------	----

A. Metode Penelitian .....	44
----------------------------	----

B. Lokasi Penelitian dan Waktu Penelitian .....	44
---	----

C. Populasi dan Sampel .....	44
------------------------------	----

D. Operasionalisasi Variabel .....	47
------------------------------------	----

E. Defenisi Operasional .....	48
-------------------------------	----



<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>50</b>
A. Proses Pengumpulan Data .....	50
B. Analisis Data .....	50
C. Hasil Penelitian .....	65
<b>BAB V KESIMPULAN DAN SARAN .....</b>	<b>67</b>
A. Kesimpulan .....	67
B. Saran .....	68

#### DAFTAR PUSTAKA

#### DAFTAR WAWANCARA



## BAB I

### PENDAHULUAN

#### A. Latar Belakang Masalah

Indonesia Lawyers Club adalah sebuah acara yang mengangkat topik-topik seputar permasalahan dari politik hingga sosial yang sedang ramai dibicarakan di negeri ini. Acara ini menjadi sarana bagi publik yang ingin tahu fakta-fakta serta pendapat dari berbagai ahli mengenai suatu kasus.

Berbagai topik yang pernah dibahas yakni:

1. KPK Versus POLRI
2. Melacak Century Lewat Antasari
3. Denny : Advokat Koruptor = Koruptor
4. Neneng Pulang Anas Digoyang
5. Anggaran Alquran Pun di Korupsi

Sebelum berganti nama menjadi Indonesia Lawyers Club, acara ini bernama Jakarta Lawyers Club. Karena sudah makin meluas dan diminati berbagai lapisan masyarakat, nama JLC pun dirubah agar menjadi lebih luas sesuai dengan misinya. Sebuah acara menarik dari tvOne di tengah-tengah acara sinetron yang tak mendidik bangsa ini. Indonesia Lawyers Club atau yang dulu dikenal dengan Jakarta Lawyers Club tentu merupakan acara yang cukup dikenal bagi para pemirsa setia Tv One, khususnya yang tertarik di bidang hukum. Acara televisi yang ditayangkan di Tv One setiap hari Selasa malam ini merupakan sebuah acara yang membahas permasalahan isu-isu nasional yang aktual yang dikemas dan disampaikan dengan kacamata hukum. Indonesia Lawyers Club yang berdurasi satu jam pada setiap episodenya selalu mengundang langsung para praktisi hukum dan pihak-pihak yang terlibat didalamnya untuk membahas dan mengupas sebuah isu yang sedang aktual di masyarakat. Dalam kelas kapita selekta yang diikuti penulis, telah hadir seseorang yang pernah menjadi pihak yang menggarap program acara serupa untuk memberikan penjelasan sekilas mengenai pentingnya suatu *content analysis* dalam sebuah program siaran.



*Content analysis* merupakan sebuah analisa mengenai hal-hal apa saja yang mendukung di dalam keberadaan dan keberlangsungan suatu acara, baik secara teknis maupun non teknis yang ditayangkan pada media massa.<sup>1</sup>

Berikut ini adalah hal-hal yang harus diperhatikan dalam *content analysis*, terutama dalam program Indonesia Lawyers Club :

1. Topik
2. Nara sumber
3. Audiens
4. Moderator
5. Sponsor
6. Jenis acara
7. Format acara
8. Tempat
9. Alat
10. Waktu atau durasi

Dari tayangan Indonesia Lawyers Club pada TV One membuat respon yang beraneka ragam di kalangan para politisi, praktisi, birokrat, petani, pegawai, buru dan seluruh lapisan masyarakat Indonesia. Pada penelitian ini akan di fokuskan kepada "Persepsi Publik Pada Tayangan Kasus Korupsi Dalam Acara Indonesia Lawyers Club Di Tv One".

#### B. Batasan Istilah

1. Persepsi menurut alex sobur (2003 : 445) dalam artian sempit ialah penglihatan bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu.

---

<sup>1</sup> [http://kapita-fikom-untar- 15080119.blogspot.com](http://kapita-fikom-untar-15080119.blogspot.com), di akses pada tanggal 16 Februari 2012, pukul 14.19 Wib



2. Publik adalah sekelompok orang yang menaruh perhatian terhadap suatu hal atau masalah yang sama dan kelompok itu sendiri bersifat tidak terorganisir. Menurut suprpto (1987 : 35) publik adalah sejumlah orang yang mempunyai minat, kepentingan atau kegemaran yang sama.
3. Indonesia Lawyers Club adalah : Indonesia Lawyers Club (ex. Jakarta Lawyers Club) ditayangkan di tvOne dengan Pak Karni Ilyas sebagai host nya. Mengangkat tema-tema yang lagi hangat dibicarakan membuat acara Indonesia Lawyers Club menjadi acara yang layak ditonton. Jam tayang : Selasa 19.30 WIB.

#### **C. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka penulis merumuskan permasalahan dari penelitian ini adalah : Bagaimana persepsi warga desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan pada tayangan kasus korupsi dalam acara Indonesia Lawyer Club di Tv One.

#### **D. Pembatasan Masalah**

Sesuai dengan masalah penelitian yang dirumuskan di atas,berikut ini peneliti merumuskan pematasan masalah penelitian, adapun maksudnya agar permasalahan yang diteliti menjadi jelas, terarah dan tidak terlalu luas sehingga dapat menghindari kesalahpahaman. Adapun pembatasan masalah pada penelitian ini adalah persepsi publik terbatas kepada komponen kognitif, afektif dan behavior.

1. Objek penelitian yang dimaksudkan merupakan masyarakat atau warga yang terdapat di desa sambirejo timur kecamatan percut sei tuan.
2. Masyarakat atau warga yang dimaksud dalam penelitian ini akan dibatasi pada usia 20 tahun sampai dengan 40 tahun.

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah :



- a. Untuk mengetahui bagaimana persepsi warga desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan pada tayangan kasus korupsi dalam acara Indonesia Lawyer Club di Tv One.
- b. Untuk mengetahui secara jelas mengenai teori dan kenyataan yang terjadi di lapangan.

## 2. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian ini adalah :

- a. Secara akademis penelitian ini diharapkan dapat memperkaya khasanah penelitian tentang komunikasi dan teknologi informasi saat sekarang ini.
- b. Secara teoritis penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan bagi para peneliti yang akan meneliti hal yang sama.
- c. Secara praktis penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan pengetahuan bagi masyarakat yang menjadi khalayak dari media massa televisi tersebut.

## F. Kerangka Dasar Berfikir

Menurut Gabriel Almond budaya politik adalah pola sikap dan orientasi individu terhadap politik diantara anggota sistem politik. Orientasi individu itu memiliki sejumlah komponen yakni :

- a. Orientasi Kognitif : meliputi pengetahuan, keyakinan mengenai sistem politik
- b. Orientasi Afektif : meliputi perasaan terkait, keterlibatan, penolakan dan sejenisnya tentang penayangan Indonesia Lawyers Club.
- c. Orientasi Evaluasi : penilaian dan opini tentang obyek politik yang biasanya melibatkan nilai-nilai standar terhadap obyek politik dan kejadian-kejadian.

Orientasi individu terhadap obyek politik dapat dipandang dari tiga hal itu. Oleh karena itu seorang individu mungkin memiliki tingkat akurasi tinggi terhadap cara kerja sistem politik, siapa pemimpinnya dan masalah-masalah dari sistem bisa diartikan sebagai suatu konsep ekologis yang menunjukkan adanya



suatu organisasi yang berinteraksi terhadap suatu lingkungan, yang mempengaruhi maupun dipengaruhi, begitu juga dengan definisi sederhana dari sistem politik yaitu suatu yang menunjukkan interaksi dengan lingkungannya yang saling mempengaruhi satu sama lain kebijakannya (Gabriel Almond and Sidney Verba : 1965 : 15)

Inilah yang disebut dimensi kognitif. Namun ia mungkin memiliki perasaan alienasi atau penolakan terhadap sistem. Mungkin keluarga atau sahabatnya sudah punya sikap seperti itu. Mungkin ia tak merespon tuntutan terhadapnya oleh sistem. Itulah yang disebut dimensi afektif. Akhirnya seseorang mungkin memiliki penilaian moral terhadap sistem. Barangkali norma-norma demokrasi mendorong dia menilai sistem sebagai tidak cukup responsif terhadap tuntutan politik atas norma-norma etikanya mendorong dia mengecam tingkat korupsi dan nepotisme. Dimensi-dimensi ini saling berkaitan dan mungkin memiliki kombinasi dalam berbagai cara.

#### 1. Tipe-tipe Budaya Politik

Dari definisi mengenai budaya politik tersebut Almond dan Verba mengkategorikan orientasi budaya politik seseorang dalam :

- a. Politik Parokial : Budaya politik dimana individu / masyarakat yang sama sekali tidak menyadari atau mengabaikan adanya pemerintahan dan politik, situasi dimana para elite diberlakukan dengan sedemikian rupa . Pada budaya politik ini tidak adanya ide yang berkembang, jika semua itu telah berkembang maka akan muncul budaya yang patrimonial dan paternalistik. Budaya Islam cenderung mengarah kepada budaya parokial ini.
- b. Politik Subjek : yaitu budaya dimana individu / masyarakat yang secara pasif patuh pada system (elite) dan keputusan (perundang-undangan) tetapi tidak melibatkan diri dalam politik ataupun memberikan suara pada pemilihan (Mohtar Mas'ood, Colin MacAndrews : 2006 : 41-42).



Politik Partisipan : yaitu budaya dimana individu / masyarakat yang melibatkan diri dalam kegiatan politik, paling tidak dalam kegiatan pemberian suara (*voting*), dan memperoleh informasi yang cukup banyak tentang kehidupan politik.

### G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh suatu gambaran yang lebih terperinci, serta untuk mempermudah dalam memahami isi dari penelitian ini, maka penulis membagi kedalam lima bab. Untuk itu penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut : BAB I Pendahuluan Bab ini menguraikan latar belakang masalah, batasan istilah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kerangka teori, dan sistematika penulisan. BAB II Landasan Teoritis pengertian persepsi dan publik, Karakteristik Pertelevisian, televisi sebagai sumber informasi, televisi dalam perkembangan informasi, program siaran televisi sebagai edukasi, sejarah dan perkembangan Tv One, Media Sebagai Penyampai dan Penafsir Informasi, Informasi, siaran langsung, dan penelitian terdahulu. BAB III Metodologi Penelitian yang meliputi deskripsi objek penelitian, metode penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, model teoritis, konseptualisasi variabel dan teknik analisis data. BAB IV sebagai bab berisikan analisis hasil penelitian yang terdiri dari pembahasan dan analisis data tabel tunggal. BAB V sebagai bab penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.



suatu organisasi yang berinteraksi terhadap suatu lingkungan, yang mempengaruhi maupun dipengaruhi, begitu juga dengan definisi sederhana dari sistem politik yaitu suatu yang menunjukkan interaksi dengan lingkungannya yang saling mempengaruhi satu sama lain kebijakannya (Gabriel Almond and Sidney Verba : 1965 : 15)

Inilah yang disebut dimensi kognitif. Namun ia mungkin memiliki perasaan alienasi atau penolakan terhadap sistem. Mungkin keluarga atau sahabatnya sudah punya sikap seperti itu. Mungkin ia tak merespon tuntutan terhadapnya oleh sistem. Itulah yang disebut dimensi afektif. Akhirnya seseorang mungkin memiliki penilaian moral terhadap sistem. Barangkali norma-norma demokrasinya mendorong dia menilai sistem sebagai tidak cukup responsif terhadap tuntutan politik atas norma-norma etikanya mendorong dia mengecam tingkat korupsi dan nepotisme. Dimensi-dimensi ini saling berkaitan dan mungkin memiliki kombinasi dalam berbagai cara.

#### 1. Tipe-tipe Budaya Politik

Dari definisi mengenai budaya politik tersebut Almond dan Verba mengkategorikan orientasi budaya politik seseorang dalam :

- a. Politik Parokial : Budaya politik dimana individu / masyarakat yang sama sekali tidak menyadari atau mengabaikan adanya pemerintahan dan politik, situasi dimana para elite diberlakukan dengan sedemikian rupa . Pada budaya politik ini tidak adanya ide yang berkembang, jika semua itu telah berkembang maka akan muncul budaya yang patrimonial dan paternalistik. Budaya Islam cenderung mengarah kepada budaya parokial ini.
- b. Politik Subjek : yaitu budaya dimana individu / masyarakat yang secara pasif patuh pada system (elite) dan keputusan (perundang-undangan) tetapi tidak melibatkan diri dalam politik ataupun memberikan suara pada pemilihan (Mohtar Mas'ood, Colin MacAndrews : 2006 : 41-42).



Politik Partisipan : yaitu budaya dimana individu / masyarakat yang melibatkan diri dalam kegiatan politik, paling tidak dalam kegiatan pemberian suara (*voting*), dan memperoleh informasi yang cukup banyak tentang kehidupan politik.

#### G. Sistematika Penulisan

Untuk memperoleh suatu gambaran yang lebih terperinci, serta untuk mempermudah dalam memahami isi dari penelitian ini, maka penulis membagi kedalam lima bab. Untuk itu penulis menyusun sistematika penulisan sebagai berikut : BAB I Pendahuluan Bab ini menguraikan latar belakang masalah, batasan istilah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian dan manfaat penelitian, kerangka teori, dan sistematika penulisan. BAB II Landasan Teoritis pengertian persepsi dan publik, Karakteristik Pertelevisian, televisi sebagai sumber informasi, televisi dalam perkembangan informasi, program siaran televisi sebagai edukasi, sejarah dan perkembangan Tv One, Media Sebagai Penyampai dan Penafsir Informasi, Informasi, siaran langsung, dan penelitian terdahulu. BAB III Metodologi Penelitian yang meliputi deskripsi objek penelitian, metode penelitian, lokasi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, model teoritis, konseptualisasi variabel dan teknik analisis data. BAB IV sebagai bab berisikan analisis hasil penelitian yang terdiri dari pembahasan dan analisis data tabel tunggal. BAB V sebagai bab penutup terdiri dari kesimpulan dan saran.



## BAB II

### LANDASAN TEORITIS

#### A. Pengertian Persepsi Dan Publik

Kata persepsi biasanya dikaitkan dengan kata lain, menjadi persepsi diri, persepsi social (Calhoun & Acocella, 1990, Sarwono, 1997, Gerunungan, 1987) dan persepsi interpersonal (Rakhmat, 1994). Tegiuri (dalam Muhadjir, 1992) menawarkan istilah "*la connaissance d'atru*" atau mengenal orang lain. Dalam perpusatakaan berbahasa Inggris, istilah yang banyak digunakan adalah "*social perception*". Objek fisik umumnya member stimulus fisik yang sama, sehingga orang mudah membuat persepsi yang sama. Pada dasarnya, objek berupa pribadi member stimulus yang sama pula, namun kenyataannya tidaklah demikian.<sup>2</sup>

Persepsi dalam arti sempit ialah penglihatan, bagaimana cara seseorang melihat sesuatu, sedangkan dalam arti luas ialah pandangan atau pengertian, yaitu bagaimana seseorang memandang atau mengartikan sesuatu. Menurut De Vito (1997 :75) persepsi adalah proses ketika kita menjadi sadar akan banyaknya stimulus yang mempengaruhi indra kita. Yusuf menyebut persepsi sebagai pemaknaan hasil pengamatan. Gulo mendefinisikan persepsi sebagai proses seseorang menjadi sadar akan segala sesuatu dalam lingkungannya melalui indra-indra yang dimilikinya, rakhmat menyatakan bahwa persespsi diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Bagi Atkinson persepsi adalah proses saat kita mengorganisasikan dan menafsirkan pola stimulus dalam lingkungan. Menurut Verbeek persepsi dapat dirumuskan sebagai suatu fungsi yang manusia secara langsung dapat mengenal dunia riil yang fisik. Brouwer menyatakan bahwa persepsi ialah suatu replica dari benda diluar manusia yang intrapsikis, dibentuk berdasar rangsangan-rangsangan dari objek. Pareek memberikan defenisi yang lebih luas ihwal persepsi ini dikatakan, Persepsi dapat didefinisikan sebagai proses menerima menyeleksi, mengorganisasi, mengartikan, menguji, dan memberikan reaksi kepada rangsangan pancaindra atau data.<sup>3</sup>

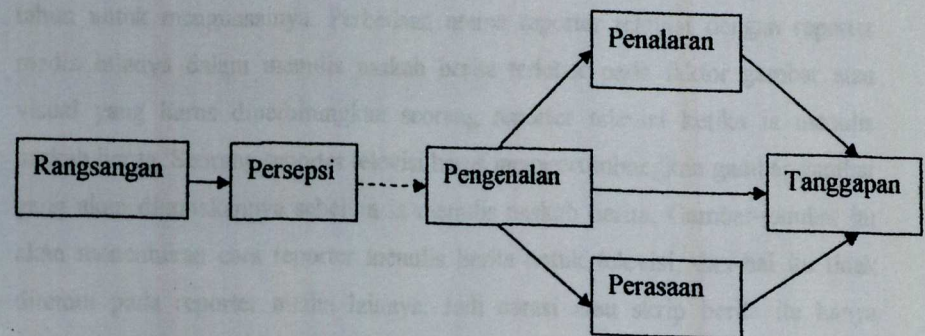
<sup>2</sup> Alex Sobur, *Psikologi Umum*, (CV. Pustaka Setia : Bandung : 2003), h.445

<sup>3</sup> *Ibid*, h. 446



Dalam perspektif ilmu komunikasi, persepsi bisa dikatakan sebagai inti komunikasi, sedangkan penafsiran (interpretasi) adalah inti persepsi, yang identik dengan penyandian balik (*decoding*) dalam proses komunikasi. Hal ini tampak jelas pada definisi John R. Wenburg dan William W. Wilmot : "Persepsi dapat didefinisikan sebagai cara organism member makna" atau definisi Rudolph F. Verdeber: "Persepsi adalah proses menafsirkan informasi indrawi."<sup>4</sup>

Persepsi disebut inti komunikasi, karena jika persepsi kita tidak akurat, kita tidak mungkin berkomunikasi dengan efektif. Persepsilah yang menentukan kita memilih suatu pesan dan mengabaikan pesan yang mudah dan semakin sering mereka berkomunikasi, dan sebagai konsekuensinya, semakin cenderung membentuk kelompok budaya atau kelompok identitas.<sup>5</sup>



Variabel Psikologis di antara Rangsangan dan Tanggapan<sup>6</sup>

#### B. Karakter Jurnalistik Pertelevisian

Media televisi adalah media yang kompleks, tidak seperti radio atau media cetak, pemirsa harus bergulat dengan gambar yang bergerak dengan cepat dan suara sebagai tambahan bagi informasi faktual yang disampaikan melalui *voice over reporter* dan beragam *sync* atau *soundbite*. Karena itu penting bagi jurnalis televisi untuk menghindari pembebanan yang lebih berat melalui bahasa yang

<sup>4</sup> Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, (PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007), h.167

<sup>5</sup> *Ibid*, h.167-168

<sup>6</sup> Alex Saobur...h.447



rumit atau *voice over* yang terlalu banyak. Peraturannya adalah : coba untuk membuatnya sesederhana dan semanusiawi mungkin. Mengudaralah untuk bisa dimengerti rakyat kecil, dan bukan untuk para profesor. Dengan begitu kita bisa membuat semua pihak, mulai dari rakyat kecil hingga para profesor, merasa senang.

Ada beberapa prinsip jurnalis yang diterapkan di radio atau media cetak terkadang dapat menjadi penghalang bagi mereka yang belum berpengalaman menulis untuk televisi. Banyak reporter yang ternyata sulit untuk meninggalkan gaya menulis koran, ketika ia pindah bekerja di televisi. Menulis untuk televisi jelas berbeda dengan menulis untuk koran atau media lainnya, menulis naskah televisi yang baik memerlukan keahlian yang membutuhkan waktu bertahun-tahun untuk menguasainya. Perbedaan utama reporter televisi dengan reporter media lainnya dalam menulis naskah berita terletak pada faktor gambar atau visual yang harus diperhitungkan seorang reporter televisi ketika ia menulis naskah berita. Seorang reporter televisi harus mempertimbangkan gambar-gambar yang akan digunakannya sebelum ia menulis naskah berita. Gambar-gambar itu akan menentukan cara reporter menulis berita untuk televisi, dan hal itu tidak ditemui pada reporter media lainnya. Jadi narasi atau skrip berita itu hanya sebagian dari berita televisi sedangkan sebagian lainnya adalah gambar, keduanya sama pentingnya dan saling isi mengisi. Seorang reporter televisi harus menulis berdasarkan gambar (*write to video*).

Gambar atau visual ini sebenarnya sangat membantu pekerjaan reporter ketika menulis naskah berita. Reporter televisi tidak perlu menjelaskan segala sesuatunya dengan terlalu rinci karena sebagian besar fakta telah dijelaskan dengan gambar. Karena itu penting bagi reporter televisi untuk menghindari pembenanan naskah yang terlalu panjang atau bahasa yang rumit. Inilah salah satu perbedaan prinsip antara jurnalisme televisi dan jurnalisme media lainnya. Yang paling utama ketika menulis naskah berita televisi adalah bahasa yang sederhana. Pada pokoknya semakin sederhana suatu naskah berita maka akan semakin baik. Bahasa yang sederhana akan dimengerti semua orang. Stasiun televisi CNN menyatakan bahwa berita itu harus : *"to be understood by the truck driver while*



*not insulting the professor's intelligence,*" (berita harus dapat dimengerti oleh sopir truk namun tanpa harus merendahkan kecerdasan sang profesor). Pada pokoknya, reporter dan penulis naskah berita harus berusaha menulis narasinya semenarik mungkin sesuai dengan isi dan esensi berita yang disampaikan. Pemirsa televisi menggunakan dua indranya sekaligus, mata dan telinga ketika menonton berita televisi. Tidak demikian halnya dengan media lainnya yang hanya menggunakan salah satu dari kedua indra tersebut. Pada saat menonton televisi mata menerima gambar yang muncul di layar, dan telinga menangkap suara apapun yang keluar dari televisi. Apa yang diterima oleh mata dan apa yang diterima oleh telinga pada prinsipnya harus sinkron, seiring sejalan, saling mengisi, dan saling menjelaskan. Jika apa yang diterima kedua indra tersebut tidak cocok atau saling bertentangan, maka akan menimbulkan kebingungan. Jika apa yang disebutkan dalam naskah tidak sesuai dan tidak sejalan dengan gambar yang dilihat, maka hal itu merupakan gangguan bagi penonton.<sup>7</sup>

Dari perbedaan antara karya jurnalistik cetak dan elektronik (televisi) terdapat unsur-unsur dominan yang menjadi ciri khas dari kedua jenis media tersebut, yakni adanya penampilan *anchor*, narasumber, dan bahasa yang digunakan.

### 1. ANCHOR atau NEWSCASTER (Penyaji Berita, Host)

Penyajian berita adalah awal terciptanya jurnalisme televisi. Tidak ada media lain yang memperlihatkan satu orang saja yang terlibat dalam penyajian berita. Satu orang itu pun harus memiliki banyak informasi. Penyaji berita menduduki posisi terpenting di depan kamera dalam dunia pertelevisian karena memiliki tanggung jawab yang besar, pekerjaan besar, dan bermanfaat secara profesional dan pribadi. Dalam banyak kasus penyaji berita telah menjasi wajah stasiun Televisi atau jaringan yang bersangkutan. Dalam mendefinisikan posisi penyaji berita sebaiknya kembali kehal kecil yang juga sering disalahartikan. Hal

<sup>7</sup> Budi Utami, MSi, *Dasar-dasar Jurnalistik Televisi, Menulis Untuk Televisi I* (Materi Perkuliahan XII : Ilmu Komunikasi : Prodi : Broadcasting), h. 1-3  
[xa.yimg.com/kq/groups/23378711/.../name/modul+dasjur-12.doc](http://xa.yimg.com/kq/groups/23378711/.../name/modul+dasjur-12.doc)



yang terlintas dalam pikiran seseorang dari istilah penyaji berita (*anchor*) mungkin jangkar perahu (*ocean anchor*), yaitu pemberat pada kapal atau perahu yang berfungsi untuk membuat kapal tidak oleng dalam cuaca apapun pada saat kapal berhenti.<sup>8</sup>

Menurut Boyd (1990) seorang penyaji berita (*Anchor or newscaster*) harus memiliki karakter sebagai berikut :

1. Otoritas
2. Kredibilitas
3. Kejelasan dan Kejernian suara
4. Komunikatif
5. Kepribadian yang kuat
6. Profesionalitas yang tinggi
7. Penampilan dan Volume suara yang prima

Sedangkan menurut RM Hartoko untuk menjadi penyaji berita yang baik diperlukan kepribadian yang tepat, ada beberapa kriteria untuk menjadi penyaji/presenter yang baik yaitu :

1. Memiliki penampilan yang menarik dan perlu didukung oleh watak dan pengalaman. Bagi wanita dibutuhkan wajah yang menarik dan perawakan yang menarik atau postur yang baik. Jika pria memiliki kemampuan membawa diri yang baik.
2. Kecerdasan pikiran yang meliputi pengetahuan umum, penguasaan bahasa dan daya ingatan yang kuat, sehingga mampu membawakan *announcement* didepan kamera dengan enak dan jelas tanpa membaca. Bila perlu semua naskah dihafal dan dilatih sendiri dalam menit sebelum tampil.

---

<sup>8</sup> Nancy Reardon, *On Camera, Menjadi Jurnalis TV Andal dan Profesional*, (USA, Hak terjemahaan dalam bahasa Indonesia pada Penerbit Erlangga berdasarkan Perjanjian resmi tanggal 29 juni 2009), h.201



3. Ramah, tapi jangan sampai berlebihan sampai over friendly yang justru bisa menjengkelkan dan tidak wajar. Contohnya penyiar televisi yang berkunjung kerumah keluarga salah satu pemirsa televisi. Perlu diingat bahwa penyiar bukanlah sahabat lama keluarga yang dikunjungi, sehingga penampilan penyiar dilayar televisi harus tetap disertai sopan santun agar tidak menyinggung perasaan pemirsa televisi.

Dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa penyaji berita atau penyiar televisi memiliki beberapa prasyarat tersendiri, agar kualitas menjadi seorang penyaji berita, persenter atau host itu dapat mejadi lebih baik dan profesional. Dalam penyajian berita sesuai standarisasi sistem ROSS<sup>9</sup> seorang penyaji berita, persenter televisi atau host itu harus :

1. Memiliki wajah atau penampilan berwibawah
2. Tidak memiliki gerakan-gerakan yang aneh
3. Memiliki volume yang standard
4. Menguasai teknik membaca dan olah vokal yang baik
5. Menguasai permasalahan yang disajikan (*Specialisasi*)
6. Intelektual dan profesional
7. Berpenampilan yang sopan dan sesuai kondisi yang ada
8. Komunikatif dalam penampilan dan ucapan (Wahyudi : 1996)

Sedangkan menurut Habib Bari mantan kepala seksi siaran televisi Bandung mengatakan, bahwa syarat-syarat untuk menjadi seorang penyaji berita, presenter televisi atau host televisi adalah :

1. Sehat jasmani dan tidak cacat tubuh
2. Berintelektual tinggi
3. Berpenampilan simpatik
4. Mampu berbicara dengan jelas dan baik
5. Bersuara yang menarik

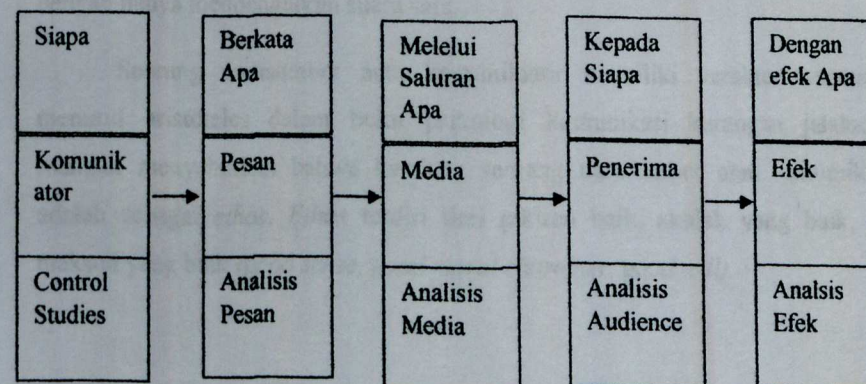
---

<sup>9</sup> Teddy Resmisari Pane, *Speak out: panduan praktis dan jitu memasuki dunia broadcasting dan public* (Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama : 2004), h. 95



6. Berpengetahuan yang luas, baik pengetahuan umum dan bahasa
7. Sabar tapi cekatan dan lincah
8. Berwawasan luas
9. Memiliki rasa humor yang tinggi
10. Cepat menyesuaikan diri dengan keadaan
11. Teguh dan disiplin
12. Kaya imajinasi
13. Jujur dan tulus (Budi Utami : Bahan Ajar UMB *Newscasting and Announcing*)

Penjelasan diatas merupakan hal yang terpenting untuk diketahui dan dipahami sebagai seorang penyaji berita dan presenter televisi, karena seorang penyaji berita, penyiar televisi, persenter atau host televisi dituntut untuk lebih profesional dalam menekuni bidang ini. Hal ini tidak terlepas dalam kemampuan ilmu komunikasi yang harus dimiliki oleh seorang penyaji berita atau penyiar televisi. Maka benar teori komunikasi massa yang diungkapkan oleh Lasswell yang berkaitan dengan komunikasi massa yaitu : Siapa yang berbicara (*Who*), Berkata Apa (*Says What*), Melalui Siaran Apa (*In which Channel*), Kepada Siapa (*To Whom*), Dengan Efek Apa (*With What Effect*).<sup>10</sup> Djuarsa Sendjaja : 1994 : 177)



<sup>10</sup> S.Djuarsa Sendjaja, P.hd, *Teori Komunikasi*, (Jakarta : Universitas Terbuka Jakarta : 1994), h. 177



*Gambar 1 teori Komunikasi Massa Lasswell*<sup>11</sup>

Kemampuan komunikasi seorang penyaji berita atau presenter tidak terlepas dengan *Authoritarian Theory*. Aplikasi teori ini dimulai pada abad 16 di Inggris, Perancis dan Spanyol yang pada zaman berikutnya meluas ke Rusia, Jerman, Jepang dan negara-negara lainnya di Asia dan Amerika, perkembangan ini tidak terlepas oleh kemajuan dunia pertelevisian. Jadi menurut Fred S. Siebert teori otoriter menyatakan bahwa hubungan antara media massa dengan masyarakat ditentukan oleh asumsi-asumsi filsafati yang mendasar tentang manusia dan negara.<sup>12</sup>

## 2. NARASUMBER

Dalam ilmu komunikasi narasumber sering disebut juga dengan komunikator, yaitu seseorang yang menyampaikan sebuah pesan kepada khalayak, narasumber disini berbeda dengan yang disebut narasumber dalam sebuah penelitian, narasumber yang berkaitan dengan tulisan ini merupakan narasumber televisi. Jadi pesan yang disampaikan oleh seorang narasumber atau komunikator ini bisa secara langsung (tatap muka), melalui media elektronik seperti TV yang sifatnya bisa satu arah dan dua arah, bisa dengan menggunakan konferensi jarak jauh dan bisa melihat gambar dan suara secara langsung, melalui radio dengan lewat suara, bisa dilakukan secara langsung akan tetapi melalui telepon interaktif dengan hanya mendengarkan suara saja.

Seorang narasumber atau komunikator memiliki karakter tersendiri, menurut aristoteles dalam buku psikologi komunikasi karangan jalaluddin rachmat menyebutkan bahwa karakter seorang narasumber atau komunikator adalah sebagai *ethos*. *Ethos* terdiri dari pikiran baik, akhlak yang baik, dan maksud yang baik (*good sense, good moral character, good will*).<sup>13</sup>

<sup>11</sup> *Ibid*, h.177

<sup>12</sup> Suwardi Lubis, *Teori-Teori Komunikasi sebuah konsepsi, analissi dan aplikasi*,

<sup>13</sup> Jalaluddin Rakhmat, *Psikologi Komunikasi* (Bandung : Remaja Rosdakarya Offset : 1996), h. 225

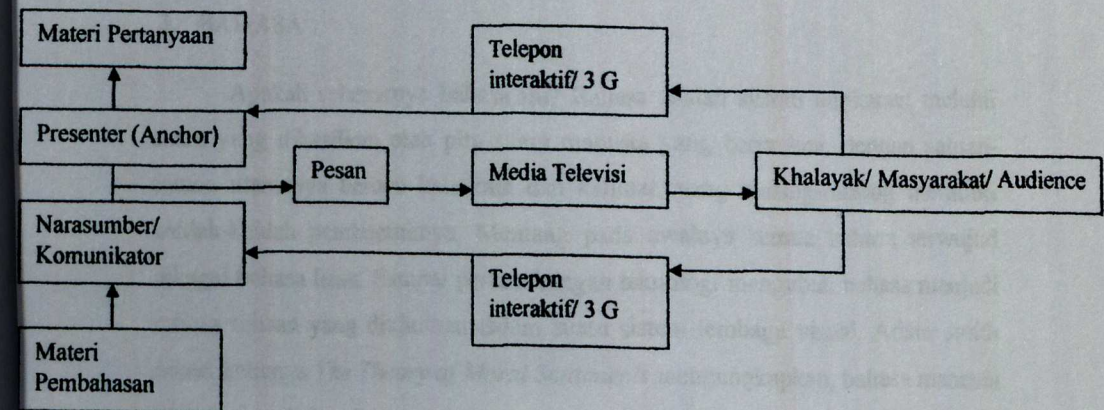


Narasumber atau komunikator yang dinilai tinggi pada keahlian (*Keahlian disini adalah kesan yang dibentuk komunikate tentang kemampuan komunikator atau narasumber dalam hubungannya dengan topik yang dibicarakan atau yang dibahas*) dianggap sebagai cerdas, mampu, ahli, tahu banyak, berpengalaman, atau terlatih. Sebaliknya seorang narasumber atau komunikator yang dinilai rendah pada keahlian dianggap tidak berpengalaman, tidak tahu dan bahkan dikatakan bodoh. Apakah narasumber atau komunikator dinilai jujur, tulus, bermoral, adil, sopan dan etis. Atau sebaliknya tidak jujur, lancung, suka menipu, tidak adil dan tidak etis, Aristoteles menyebutkan "*good moral character*". Quintillianus juga menyebutkan juga *a good man speaks well* yaitu orang yang baik pasti akan berbicara yang baik pula. Koehler, Annatol dan Applbaum menyebutkan karakter seorang narasumber atau komunikator dalam empat komponen yaitu :

1. Dinamis adalah dipandang sebagai bergairah, bersemangat, aktif, tegas dan berani. Dalam komunikasi dinamis memperkokoh kesan keahlian dan kepercayaan diri.
2. Sosiabilitas adalah kesan komunikate tentang narasumber atau komunikator sebagai orang yang periang dan senang bergaul.
3. Koorieientasi adalah merupakan kesan komunikate tentang narasumber atau komunikator sebagai orang yang mewakili kelompok yang disenangi oleh khalayak ramai, yang memiliki karakter yang sama yang disukai oleh khalayak itu sendiri.
4. Karisma adalah digunakan untuk menunjukkan suatu sifat luar biasa yang dimiliki oleh seorang narasumber atau komunikator yang menarik dan mengendalikan komunikate seperti magnet menarik benda-benda disekitarnya. Gould dan Kolb dalam *a dictionary of the sosial sciences* mendefinisikan karisma sebagai "*qualities of those who claim or are believed to possess powers of leadership derived from some unusual sanction divine, magical. Diabolic or merely acceptional individuals*" artinya : kualitas orang-orang yang mengatakan atau dipercaya dapat memiliki kekuatan kepemimpinan



yang berasal dari beberapa sanksi suci luar biasa, menakjubkan. Kejam atau hanya acceptional individu.<sup>14</sup>



Gambar 2.

#### *Narasumber atau Komunikator Televisi*

Didalam media televisi ada juga disebut dengan narasumber individu, yaitu seorang reporter meliput berita secara langsung atau tidak langsung yang terjadi disuatu tempat, untuk melakukan wawancara dengan seseorang yang akan dimintai keterangan tentang kejadian peristiwa yang sedang berlangsung atau sudah berlangsung. Nah ini juga disebut dengan narasumber individu.

Jika mendengar narasumber langsung menuturkan kesaksiannya tentang suatu kejadian, khalayak mendapatkan kepuasan tersendiri, itulah yang menjadikan kelebihan dari media televisi. Tapi jika khalayak membaca surat kabar, dia hanya mampu membaca nama dan identitas narasumber. JB. Wahyudi mengungkapkan bahwa dalam menyusun berita elektronik, seorang reporter dituntut memiliki keterampilan dalam mengkombinasikan fakta, uraian pendapat dan penyajian pendapat yang relevan dari seorang narasumbernya. Penyusunan kembali berita televisi harus dilakukan dengan hati-hati. Kombinasi antara fakta

<sup>14</sup> *Ibid*, h. 260-261



dan uraian serta pendapat dari narasumber harus disusun sedemikian rupa sehingga penonton tidak cepat bosan mendengar berita televisi yang disajikan yang umumnya bersifat instan (meminjam istilah Ruedi Hofmann).<sup>15</sup>

### 3. BAHASA

Apakah sebenarnya bahasa itu? Bahasa adalah sistem ungkapan melalui suara yang dihasilkan oleh pita suara manusia yang bermakna, dengan satuan-satuan utamanya berupa kata-kata dan kalimat, yang masing-masing memiliki kaidah-kaidah pembentuknya. Memang pada awalnya semua bahasa terwujud sebagai bahasa lisan. Sampai perkembangan teknologi mengubah bahasa menjadi bahasa tulisan yang diwujudkan dalam suatu sistem lembaga visual. Adam Smith dalam bukunya *The Theory of Moral Sentiments* mengungkapkan, bahasa manusia lahir karena kebutuhan manusia untuk saling mengerti. Oleh karena itu mereka menciptakan bunyi-bunyian yang kemudian disepakati oleh kelompoknya. Bunyi-bunyi tersebut dijadikan simbol untuk menyatakan objek tersebut. Teori ini dinamakan teori sosial. Berkembangnya kemampuan manusia membuat tidak hanya objek saja yang disimbolkan, tindakan dan sifat juga ikut disimbolkan. Simbol-simbol yang diciptakan semakin lama semakin berkembang dan kompleks, sehingga timbullah apa yang sekarang dinamakan bahasa.<sup>16</sup>

Menurut kamus besar bahasa Indonesia pengertian bahasa adalah sistem lambang bunyi yang arbitrer, yang diperdunakan oleh para anggota masyarakat untuk bekerja sama, berinteraksi dan mengidentifikasi diri. Menurut Ferdinand de Saussure yang merupakan seorang ahli linguistik struktural menyimpulkan bahwa kelanggengan sebuah sistem bahasa justru terjadi karena setiap orang bebas dihadapan bahasa. Sebagai sebuah sistem, bahasa memang cenderung langgeng karena kebebasan masyarakat dihadapan bahasa.

Wandhang juga menyatakan pendapatnya bahwa bahasa merupakan institusi sosial. Bahasa ada karena manusia berinteraksi dalam kelompok-

<sup>15</sup> Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi, Teori dan Praktik*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009), h. 65-66

<sup>16</sup> *Ibid*, h. 65-66



kelompok sosial. Sebagai suatu institusi sosial, bahasa mencerminkan dan mempengaruhi masyarakat dimana bahasa menjadi salah satu bagiannya.<sup>17</sup>

Adapun bahasa televisi yang dimaksud meliputi bahasa shot, bahasa pergerakan kamera, dan bahasa penyutradaraan. Namun untuk memudahkan anda memahami berbagai bahasa tersebut untuk terlebih dahulu harus dipahami hal-hal dibawah ini :

1. Nama-nama peralatan yang digunakan dalam kegiatan produksi seperti vidio tape recoorder (VTR), kamera, monitor, lighting, tripot, micropoon, adaptor, dan sebagainya.
2. Nama-nama dari shot, pergerakan kamera, unsur tata cahaya, suara dan sebagainya.
3. Komando dan perintah yang digunakan untuk mengarahkan acara
4. Cara-cara menuliskan berbagai petunjuk teknis pada naskah televisi.

#### 1. Bahasa Shot

Kebanyakan gambar pada televisi adalah shot dari orang dan tidak mengherankan apabila ukuran dari shot-shot yang sering digunakan adalah ukuran tubuh manusia. Sebuah acara televisi akan berjalan lancar apabila shot-shot yang anda inginkan dibuat semacam kode tersendiri. Selanjutnya dengan menggunakan kode tersebut komunikasi disampaikan kepada kerabat kerja produksi. Apabila semua kerabat kerja dapat bekerja dengan kode ter sebut, maka akan bekerja dengan seefisien mungkin. Dalam pertelevisian kode shot disebut dengan basic shots, meskipun sesungguhnya istilah-istilah tersebut berasal dari sinematografi. Basic shot adalah shot dasar yang dibangun untuk menampilkan seseorang pada ukuran tertentu. Dinama ukuran itu memiliki karakter tersendiri. Ada bentuk-bentuk shot yaitu :

- a. Close up (CU)
- b. Medium Close Up (MCU)

---

<sup>17</sup> Ibid, h. 67-68



c. Medium Shot (MS)

d. Medium Long Shot (MLS)

e. Long Shot (LS)<sup>18</sup>

## 2. Bahasa Pergerakan Kamera

Bahasa pergerakan kamera adalah bahasa yang digunakan untuk memberikan komando kepada kameramen (*juru kamera*). Namun demikian bukan berarti kameramen yang harus memahaminya, para pengembang program, baik penulis naskah, maupun pelaksana produksi (*seluruh kerabat kerja*) harus memahami pergerakan kamera.

## 3. Bahasa Penyutradaraan

Banyak masalah yang dihadapi oleh seorang pengarah acara waktu melaksanakan tugasnya. Masalah yang dihadapi bukan saja masalah yang berhubungan dengan teknis produksi, melainkan, yang lebih penting, adalah masalah yang berkaitan dengan kejiwaan. Satu masalah besar bagi seorang pengarah acara, khususnya pengarah acara yang baru, baik waktu memberikan komando komando kepada kerabat kerjanya, maupun waktu mengambil suatu keputusan. Mengambil keputusan dalam menentukan gambar yang akan direkam atau diutarakan, harus dilakukan dengan cepat, tepat, dan segera disampaikan kepada kerabat kerja yang bersangkutan, tanpa menunjukkan keragu-raguan. Demikian halnya dalam memberikan komando- komando kepada kamerawan, penata suara, penata cahaya, dan sebagainya. Pengarah acara yang baru selalu menunjukkan keragu-raguannya dalam memberikan komando- komando. Hal ini terjadi karena di dalam benaknya terlintas pikiran bahwa sekali bertindak harus diikuti dengan tindakan lain secara terus- menerus dan tidak dapat dihentikan sehelum waktu yang ditentukan. Apalagi kalau yang menjadi tanggungjawabnya itu merupakan siaran langsung. Untuk menghindari hal-hal yang tidak diinginkan, seorang pengarah acara harus benar- benar menguasai segala ketentuan yang

<sup>18</sup> Arman , Joni, *News and Cuurent Affair Production* (Pusat Pengembangan Bahan Ajar UMB : 2010)



22/LP/FO/07/13



berlaku dan mengikuti segala ketentuan, sebelum melangkah ke arah pelaksanaan produksi, sebab tidak ada petunjuk yang dapat digunakan sebagai panduan dalam mengatasi masalah yang dihadapi oleh pengarah acara tersebut, karena memang segala persoalan yang dihadapi itu benar-benar merupakan persoalan yang sangat individual. Meskipun demikian, berikut disampaikan beberapa petunjuk, khususnya bagi pengarah acara yang baru.<sup>19</sup>

1. Sebelum melangkah lebih jauh, harus mempunyai konsep yang jelas dan terinci;
2. Harus mampu memberi penjelasan-penjelasan kepada kerabat kerjanya;
3. Mampu menjalin kerjasama yang serasi di antara kerabat kerjanya, sehingga tercipta *one well coordinated unit*; dan
4. Mentaati prosedur kerja yang telah ditetapkan.

Khusus, tentang hal memberi komando-komando dari ruang kontrol, agar dapat mengurangi rasa gugup, dapat diperhatikan petunjuk-petunjuk sebagai berikut.

1. Waktu memberi komando harus menyebutkan "dari siapa" dan "apa" yang dikehendaki, atau "apa" yang akan terjadi serta "kapan".
2. Suara harus jelas dan tegas. Tidak perlu bertele-tele dan tidak perlu keras-keras, sebab komando diberikan melalui alat komunikasi.
3. Agar tidak terjadi kesimpangsiuran, perlu ada kesepakatan bahasa komando waktu latihan sebelumnya.<sup>20</sup>

### C. Televisi Sebagai Sumber Informasi

Manusia pada dasarnya memiliki sifat ingin tahu yang besar. Mereka ingin tahu apa yang terjadi ditengah masyarakat. *Programmer* dapat

<sup>19</sup> Alim Sumarno, M.Pd, *Teknik Penyutradaraan Dalam Produksi Media Video* (<http://elearning.unesa.ac.id/myblog/alim-sumarno/teknik-penyutradaraan-dalam-produksi-media-video>: Minggu 12 Juni 2011 : 06:18 Wib : di akses Minggu 27 November 2011, pukul 01:17 Wib)

<sup>20</sup> *Ibid*, h.1





mengeksplorasi rasa ingin tahu orang ini untuk menarik sebanyak mungkin audien. Program informasi ditelvisi, sesuai dengan namanya, memberikan banyak informasi untuk memenuhi rasa ingin tahun penonton terhadap sesuatu hal (Morrisan : 2008 : 208).

Everett M. Roger dalam bukunya *Communication technology : The New Media In Society*, mengatakan bahwa hubungan komunikasi di masyarakat, dikenal empat era komunikasi yaitu era tulis, era media cetak, era media telekomunikasi dan era media komunikasi interaktif. Dalam era terakhir media komunikasi interaktif dikenal media komputer, *videotext*, *teleconferencing*, TV kabel dan lain sebagainya (Burhan Bungin : 2005 : 3). Selain itu Sayling Wen dalam bukunya *future of the media*, melihat media dalam konteks yang lebih luas, tidak saja melihat media dalam konsep komunikasi antar pribadi, namun juga melihat media sebagai medium penyimpanan dan medium informasi. Enam media hubungan antar pribadi yang dimaksud oleh wen adalah suara, grafik, teks, musik, animasi, video. Sedangkan media penyimpanan adalah buku dan kertas, kamera, alat perekam kaset, kamera film dan proyektor alat perekam video dan disk optimal (2005 : 3-4).

Kekuatan televisi menghadirkan peristiwa sebagai realitas simbolik dan tontonan pada gilirannya telah membentuk "*pseudo-event*" di dalam lingkungan komunikasi baru yang disebut-sebut sebagai "*pseudo environment*". Memang kini televisi telah menjadi bagian dari kehidupan kita sehari-hari. Ia tidak hanya menjadi teman untuk membunuh waktu luang. Tapi televisi telah menjelma menjadi saluran komoditas diruang keluarga. Proses penyerapan nyaris semua unsur kebudayaan menjadi komoditas tintonan pada gilirannya telah menjadikan televisi *agen*, *produsen* atau bahkan mesin kebudayaan dalam masyarakat mukhtahir.

Program Informasi dapat dibagi menjadi dua bagian besar yaitu :

1. Berita Keras yaitu *hard news* adalah segala informasi penting atau menarik yang harus segera disiarkan oleh media penyiaran karena sifatnya yang harus segera ditayangkan agar dapat diketahui khalayak audien secepatnya. Peran televisi sebagai sumber utama *hard news* bagi



masyarakat cenderung untuk terus meningkat. Media penyiaran adalah media yang paling cepat dalam menyiarkan berita kepada masyarakat. Dalam berita-berita mengenai konflik, televisi menjadi medium informasi yang paling dipercaya. Hal ini disebabkan televisi menyajikan gambar yang menjadi bukti yang tak terbantahkan. Contoh wawancara langsung konfrontatif adalah wawancara yang dilakukan selama konvensi partai demokrat tahun 1968. Wawancara tersebut dilakukan secara langsung disebut dengan liputan *gavel to gavel*.<sup>21</sup> Pada umumnya stasiun televisi menginvestasikan dana dalam jumlah yang cukup besar untuk kegiatan pemberitaan dalam waktu siaran yang cukup besar. Berita keras disajikan dalam suatu program berita yang berdurasi mulai dari beberapa menit saja (misalnya *breaking news*) hingga program berita yang berdurasi 30 menit, bahkan satu jam. Suatu program berita merupakan kumpulan dari berita keras. Dalam hal ini dapat dibagi kedalam beberapa bentuk berita yaitu : *straight news*, *feature* dan *infotainment*. *Straight News* adalah berita langsung, maksudnya suatu berita yang singkat (tidak detail) dengan hanya menyajikan informasi terpenting saja yang mencakup 5W + 1 H (*Who, what, where, when, why* dan *How*) terdapat suatu peristiwa yang diberitakan. Berita jenis ini sangat terikat waktu (*deadline*) karena informasinya sangat cepat basi jika terlambat disampaikan kepada audien.<sup>22</sup> Selain 5W + 1H ada bentuk yang lainnya yaitu bentuk piramid terbalik (*inverted pyramid*) digunakan untuk menyusun kisah berita yang nilai beritanya penting, yang dengan sendirinya perlu disiarkan secepatnya kepada khalayak.<sup>23</sup> *Feature* adalah berita ringan namun menarik. Pengertian menarik disini adalah informasi yang lucu, unik, aneh, menimbulkan kekaguman, dan sebagainya. Pada

<sup>21</sup> Nancy Reardon, *On Camera, Menjadi Jurnalis TV Andal dan Profesional*,...h.

<sup>22</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta, Fajar Interpratama Offset, 2008)

<sup>23</sup> Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi, Teori dan Praktik*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009), h. 84



dasarnya berita0berita semacam ini dapat dikatakan sebagai *soft news* karena tidak terlalu terikat dengan waktu penayangan, namun karena durasinya singkat (kurang dari lima menit) dan ia menjadi bagian dari program berita, makna *feature* masuk kedalam kategori *hard news*.

2. Berita lunak (*soft news*) adalah segala informasi yang penting dan menarik yang disampaikan secara mendalam (*indepth*) namun tidak bersifat harus segera ditayangkan. Menurut Adi Badjuri (2010 : 80) berita lunak atau laporan khusus mengenai satu peristiwa tidak terlalu tergantung pada waktu, dapat menjadi sisi lain dari *news of the day*. Berita yang masuk kategori ini ditayangkan pada satu program tersendiri diluar program berita. Program yang masuk kedalam kategori berita lunak ini adalah : *current affair*, *magazine*, dokumenter, dan *talk show*.<sup>24</sup>

#### D. Televisi Dalam Perkembangan Informasi

##### 1. Fungsi Televisi

Pada dasarnya, Televisi merupakan media komunikasi semata. Siaran televisi tergantung kepada unsur manusia yang menyusun program-program tayangan televisi. Namun perlu digarisbawahi bahwa hampir semua fungsi komunikasi dapat diekspresikan lewat media televisi pada empat fungsi komunikasi menurut Dedy Mulyana :

##### 1. Berfungsi sebagai komunikasi sosial

Fungsi komunikasi yang penting dilakukan untuk membangun konsep diri, untuk kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketagangan antara lain dengan komunikasi yang bersifat menghibur dan memupuk hubungan dengan orang lain. melalui komunikasi, seseorang dapat bekerja sama dengan anggota masyarakat lainnya dalam rangka mencapai tujuan bersama.

##### 2. Berfungsi sebagai ekspresif

Yaitu komunikasi yang dapat dilakukan baik sendiri maupun kelompok untuk mengekspresikan perusahaan-perusahaan kepada orang lain terutama melalui pesa-pesan nonverbal. Perasaan sayang, peduli, ridu, simpati, gembira,

<sup>24</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*,...h. 211



sedih, prihatin, marah dan benci tidak hanya dapat disampaikan lewat kata-kata namun biasa juga lewat perilaku nonverbal.

### 3. Berfungsi sebagai ritual dan

Ritual adalah komunikasi yang dilakukan secara kolektif dan diiringi situasi tertentu seperti dua-dua, nyanyian dan sebagainya. Komunikasi yang berfungsi ritual dapat dilihat pada acara-acara kelahiran, sunatan, pesta perkawinan dan sebagainya.

### 4. Instrumental

Instrumental adalah komunikasi yang bertujuan untuk membiasakan informasi mengajar mendorong, mengubah sikap dan keyakinan dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan dan juga untuk menghibur.

Bila diringkas, maka kesemua tujuan itu disebut tujuan persuasif yaitu tujuan mendidik dan mendekatkan seperti keluarga. Komunikasi yang bersifat persuasif ini dapat dilihat dari fungsi komunikasi memberikan informasi (*to inform*) dan menghibur (*to entertain*).<sup>25</sup>

Satu kelebihan media televisi media dibanding media televisi dibanding media lainnya adalah semua fungsi komunikasi yang telah disebutkan diatas dapat dilakukan dengan memanfaatkan televisi sebagai media. Dengan demikian televisi memang benar-benar dapat memberikan pengaruh yang luar biasa bagi khalayak pemirsa.<sup>26</sup>

Peranan dominan media massa, salah satunya televisi melahirkan teori komunikasi yang dikenal dengan teori S-R teori stimulus dan respon. Teori ini mengatakan bahwa media menyarankan stimuli perkara yang secara seragam diperhatikan oleh massa, stimuli ini membangkitkan desakan, emosi, proses lama, yang hampir terkontrol oleh individu.<sup>27</sup>

## 2. Sifat Media Televisi

<sup>25</sup> Mulyanan 2002 : h. 30

<sup>26</sup> Darajat, *Teori Komunikasi*, (Jakarta : Universitas Terbuka Jakarta : 1994), h.219-221

<sup>27</sup> Rachmat Kriyantono, *Public Relation Writing, Media Public Relations Membangun Citra Korporat*, (Jakarta, Fajar Interpratama, 2008),h. 197



Kemajuan teknologi Informasi juga merupakan solusi dalam memenuhi aspek transparansi, akuntabilitas dan partisipasi masyarakat.<sup>28</sup> Televisi adalah media pandang sekaligus media dengar (*audio visual*), ia berbeda dengan media cetak. Orang memandang gambar yang ditayangkan di televisi, sekaligus mendengar atau mencerna narasi atau narasi dari gambar tersebut.<sup>29</sup> Media massa televisi meskipun sama dengan radio dan film sebagai media massa elektronik, tetapi mempunyai ciri dan sifat yang berbeda, terlebih lagi dengan media massa cetak seperti surat kabar dan majalah, untuk iklan dalam menyampaikan pesan-pesannya juga mempunyai kekhususan. Media cetak dapat dibaca kapan saja tetapi untuk televisi dan radio hanya dapat dilihat sekilas dan tidak dapat diulang.

Televisi dan radio dapat dikelompokkan sebagai media yang menguasai ruang tetapi tidak menguasai waktu, sementara media cetak menguasai waktu tetapi tidak menguasai ruang. Artinya siaran dari suatu media televisi atau radio dapat diterima dimana saja dalam jangkauan pancarannya (menguasai ruang) tetapi siarannya tidak dapat dilihat kembali (tidak sesuai waktu).

Sebagai media massa elektronik dan bertumpu kepada teknologi modern maka televisi menjadi media dengan proses produksi yang mahal dan untuk menutupi biaya produksi yang mahal dan untuk menutupi biaya produksi itu stasiun televisi memerlukan dana dari pemasang iklan. Namun pemasang iklan hanya akan mau mengikredibilitas suatu stasiun televisi sebagian besar ditentukan oleh kualitas yang ditampilkan.

Siaran televisi sesuai dengan sifatnya yang dapat diikuti secara audio dan visual (suara dan gambar) secara bersamaan oleh semua lapisan masyarakat, maka suatu siaran televisi tidak dapat mewariskan lapisan masyarakat. Siaran televisi dapat membuat kagum dan memukau penontonnya tetapi sebaliknya siaran televisi dapat membuat jengkel dan ras tidak puas penonton. Suatu program acara mungkin disukai oleh kelompok masyarakat terdidik namun program acara itu akan ditinggalkan kelompok masyarakat lainnya.

<sup>28</sup> Surjadi, *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*, (Bandung, Refika Aditama, 2009), h. 8

<sup>29</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta, Graha ilmu, 2010), h. 41



Untuk itu mengelola televisi harus tahu siapa-siapa pemirsanya dan apakebutuhannya? Beberapa stasiun televisi di Indonesia saat ini memiliki target kelompok pemirsa tertentu. Bila suatu stasiun televisi ingin pemirsanya anak muda, maka stasiun tersebut akan memilih lebih banyak berita yang berhubungan dengan kelompok umur tersebut, misalnya musik atau fashion. Bila sebuah stasiun ingin lebih menargetkan laki-laki maka stasiun tersebut akan memilih lebih banyak berita mengenai olah raga. Bila sebuah stasiun televisi ingin menargetkan laki-laki maka stasiun tersebut akan memilih lebih banyak berita mengenai olah raga, bila sebuah stasiun televisi ingin menargetkan perempuan maka stasiun itu akan memilih lebih banyak berita mengenai gaya hidup dan kesehatan.

Bila sebuah stasiun melakukan siaran pada siang hari atau pada waktu dimana banyak anak menonton siaran televisi, maka stasiun akan menghindari berita yang tidak sesuai dengan anak-anak (misalnya berita kriminal, kekerasan, dan lain-lain). bila sebuah stasiun televisi menargetkan kelompok sosial atau etnis tertentu, maka stasiun televisi akan menyusun program khusus untuk kebutuhan dan kesejahteraan mereka.<sup>30</sup>

### 3. Pengaruh Televisi

Pengaruh televisi terhadap sistem komunikasi tidak lepas dari pengaruh terhadap aspek-aspek kehidupan pada umumnya. Bahwa televisi menimbulkan pengaruh terhadap kehidupan masyarakat Indonesia, sudah banyak yang mengetahui dan merasakannya. Tetapi sejauh mana *pengaruh yang positif* dan sejauh mana *pengaruh yang negatif*, belum diketahui banyak. Di Indonesia, meskipun tidak sebanyak negara-negara yang mudah maju, penelitian telah dilakukan, baik oleh Departemen Penerangan sebagai lembaga yang paling berkompeten, maupun oleh perguruan-perguruan tinggi.

Menurut Prof. Dr.R Mar'at dari Unpad, acara televisi pada umumnya mempengaruhi sikap, pandangan, persepsi, dan perasaan para penonton; ini terharu, psikologis dari televisi seakan-akan menghipnotis penonton, sehingga mereka seolah-olah hanyut dalam keterlibatan pada kisah atau peristiwa yang dihidangkan televisi.

<sup>30</sup> Mutakhir Morissan, *Jurnalistik Televisi*, (Jakarta, Kencana, 2008), h. 3-6



Adalah kelatahan, atau barangkali lebih tepat dikatakan peniruan, yang sering kali dipermasalahkan, yakni peniruan yang negatif, kenyataan televisi tidak selalu menimbulkan pengaruh peniruan negatif, tidak jarang juga yang positif. Yang menjadi persoalan sekarang, bagaimana kita harus menggalakkan peniruan yang positif dan mencegah yang negatif.

Dr. Jack Lyle, Direktur Institut Komunikasi, suatu bagian dari East West Centre, Honolulu, Hawaii, ketika memberikan ceramahnya di LIPI, Jakarta, antara lain mengatakan bahwa televisi bertindak sebagai *agent of displacement*. Dijelaskannya bahwa di Amerika Serikat televisi menggantikan kebiasaan menonton bioskop. Tetapi di desa di Indonesia, dimana tidak ada bioskop, pergantian seperti itu tidak tepat. Masalahnya sekarang apa yang di-displace di Indonesia.

Persoalan *displacement* yang diketengahkan oleh Dr. Jack Lyle tersebut mula-mula ditampilkan oleh Himmelweit, Oppenheim, dan Vince dalam bukunya, *Television and the Child*, yang mereka namakan secara lengkap *Displacement Effects*, meliputi tiga asas sebagai hasil studinya yang sistematis di Inggris.

Asas yang pertama ialah bahwa kesamaan fungsional sesuai dengan apa yang seorang anak akan dikorbankan : kegiatan yang memuaskan kebutuhan yang sama seperti televisi. Dengan lain perkataan, apabila suatu kebutuhan dipuaskan, baik oleh televisi maupun oleh kegiatan lainnya, maka yang terakhir ini akan diganti oleh televisi. Sebagai contoh, penonton televisi yang muda-muda akan mengurangi elevisi tidak menonton bioskop, dan akan menonton film di layar televisi.

Asas kedua ialah kegiatan yang diubah. Ini menyatakan bahwa, jika televisi tidak memuaskan suatu kebutuhan, ia akan dipuaskan oleh sarana kegiatan lain. Sebagai misal, jenis-jenis tertentu acara radio atau bahan bacaan yang berat tidak akan diambil alih oleh acara televisi. Dengan lain perkataan, kegiatan yang fungsional berbeda, tidak dipengaruhi buruk oleh perilaku televisi.

Asas ketiga adalah kegiatan yang marjinal. Berdasarkan asa ini, kegiatan yang terorganisasi akan lebih buruk dipengaruhi.

Seringkali yang dikhawatirkan oleh masyarakat mana pun ialah pengaruh buruk dari televisi terhadap anak-anak. Namun sejauh penelitian yang dilakukan



selama ini di Indonesia, pengaruh televisi tidak begitu mengkhawatirkan, setidaknya terhadap anak-anak. Fakultas Publisistik Unpad pada tahun 1975 telah mengadakan penelitian terhadap anak-anak sekolah dasar di Bandung. Hasilnya antara lain menunjukkan bahwa, berdasarkan angka rapor, naik 23,5%, tetap 63,4% dan turun 13,1%.

Dalam pada itu pada tahun yang sama Fakultas Sosial Politik Unhas juga mengadakan penelitian yang sama terhadap anak-anak SD di Ujungpandang dan Pangkep. Hasil penelitian itu menunjukkan bahwa nilai rapor anak-anak yang diteliti meningkat 24,3%, tetap 41,9%, dan menurun 24%.

Kedua penelitian itu menunjukkan bahwa pengaruh negatif terhadap kegiatan belajar anak-anak SD, setidaknya-tidaknya pada tahun itu, tidak begitu mengkhawatirkan.<sup>31</sup>

#### 4. Daya Tarik Televisi

Televisi mempunyai daya tarik yang kuat yaitu kata-kata, musik, dan *sound effect*, selain dari tiga unsur tersebut televisi juga memiliki unsur visual berupa gambar. Dan gambar ini bukan gambar mati, melainkan gambar hidup yang mampu menimbulkan kesan yang mendalam pada penonton. Daya tarik ini selain melebihi radio, juga melebihi film bioskop, sebab segalanya dapat dinikmati di rumah dengan aman dan nyaman, sedang pesawat kecil mungil itu dapat menghadirkan selain film juga program menarik lainnya.<sup>32</sup>

#### E. Program Siaran Televisi Sebagai Edukasi

Televisi yang ditinjau dari segi keseluruhan *programming* dan ketetapanannya telah berubah dalam sebuah pola yang sangat mirip dengan media lainnya seperti industri pers atau majalah. Yakni hanya sedikit *provider* yang mampu menyediakan kantong *programming* yang bermacam-macam yang relatif

<sup>31</sup> Onong Uchana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 1986), h. 122-124

<sup>32</sup> Onong Uchana Effendy, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2000), h. 177



bisa menarik audien. Karena itu trennya mengarah pada chanel-cahanel khusus penyiaran terbatas dan para audien yang spesipik.<sup>33</sup>

Dengan membumungnya stasiun televisi di Indonesia dalam kurun waktu yang begitu singkat, pihak stasiun televisi dituntut untuk lebih intens dalam menyahuti keinginan para pemirsa diseluruh penjuru tanah air. Untuk itu program-program yang harus disajikan juga tidak ketinggalan terhadap apa yang di butuhkan oleh penontonnya. Untuk itu program-program unggulan harus dimunculkan dan disajikan sesuai dengan apa yang diminati penonton. Menurut Morrison (2008:199)) dalam buku berjudul manajemen media penyiaran beliau mengatakan tidak ada yang lebih penting dari acara atau program sebagai faktor yang paling penting dan menentukan dalam mendukung keberhasilan finansial suatu stasiun penyiaran televisi apabila audien itu tidak mengenal program-program tayangan.

Menurut Morrison kata program berasal dari bahasa Inggris yaitu *programme* atau *program* yang berarti acara atau rencana. Dalam undang-undang penyiaran Indonesia tidak menggunakan kata program untuk acara tetapi menggunakan istilah siaran yang didefinisikan sebagai pesan atau rangkaian pesan yang disajikan dalam berbagai bentuk. Namun kata program lebih sering digunakan dalam dunia penyiaran di Indonesia daripada kata siaran, untuk mengacu kepada pengertian acara. Program adalah segala hal yang ditampilkan stasiun penyiaran untuk memenuhi kebutuhan audiennya. Dengan demikian program memiliki pengertian yang sangat luas.

Deddy Iskandar Muda,<sup>34</sup> program siaran televisi di Indonesia pada umumnya diproduksi oleh stasiun televisi yang bersangkutan. Di Amerika sebuah stasiun televisi tidak memproduksi sendiri semua program siarannya. Mereka hanya membeli atau memesan dari *production company* yakni kalau Indonesia lebih dikenal dengan sebutan *production house*. Cara seperti ini dapat lebih menguntungkan kedua belah pihak.

<sup>33</sup> Graeme Burton, *Membincangkan Televisi (Sebuah Pengantar Kajian Televisi)*, Penerjemah : Laily Rahmawati, Penerbit : Jalasuta : Yogyakarta : 2011.

<sup>34</sup> Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 2005), h. 7



Lebih lanjut Deddy menyatakan bahwa stasiun televisi dapat memilih program yang menarik dan memiliki nilai jual kepada pemasang iklan, sementara perusahaan produksi acara televisi dapat meraih keuntungan dari produksinya. Yang biasanya diproduksi oleh stasiun televisi di negara paman sam ini hanyalah terbatas pada produksi berita dan *event* olah raga. Di Indonesia kecenderungan televisi swasta sudah mulai mengarah kepada sistem di Amerika. Ini dimulai dari garapan-garapan sinetron, kuis dan beberapa acara hiburan lainnya. Cara seperti ini memang sangat menguntungkan bagi stasiun televisi tersebut karena semuanya dapat dilakukan berdasarkan pertimbangan-pertimbangan bisnis yaitu untung dan rugi. Berbeda dengan stasiun TVRI stasiun televisi milik pemerintah tersebut memang memiliki latar belakang sejarah yang spesifik. Peraturan pemerintah yang saat itu masih belum mengizinkan lahirnya televisi swasta hingga menyebabkan TVRI harus memproduksi acaranya sendiri sekaligus menayangkannya. Padahal memang sebaiknya ada perbedaan fungsi yaitu sebagai *broadcasting company* dan ada pula yang berfungsi sebagai *broadcasting company*, sehingga kualitas isi siarannya akan dapat memenuhi keinginan pengelola siaran televisi tersebut.

Bila ditelaah lebih mendalam bahwa pada dasarnya program siaran televisi seharusnya membawa konsep sesuai dengan nilai-nilai normatif kebangsaan. Untuk itu program siaran televisi harus mencerminkan makna nilai-nilai ketuhanan yang maha Esa. Bangsa Indonesia secara formal mengakui peranan Tuhan karena dalam pembukaan UUD 1945, ditegaskan bahwa kemerdekaan itu adalah atas berkat rahmat Allah yang maha kuasa. Demikian juga dalam pasal 29 UUD 1945 tentang agama, disebutkan dengan tegas bahwa negara berdasarkan atas Ketuhanan yang maha Esa, sehingga menjamin kemerdekaan tiap-tiap penduduk untuk memeluk agamanya dan kepercayaannya itu. Hal ini menyatakan atau menunjukkan kepercayaan bangsa Indonesia kepada Tuhan yang maha Esa sebagai penjabaran dari sila pertama Pancasila.<sup>35</sup>

Dari konsep dasar itulah secara eksplisit seharusnya program siaran televisi harus berdasar kepada nilai-nilai Ketuhanan yang maha Esa. Sebagai saran

<sup>35</sup> Anwar Arifin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, (Simbiosis Rekatama Media : Bandung : 2011), h. 218-219



pendidikan televisi harus menyuguhkan keidentikannya, yaitu nuansa religi, budaya dan sosial kemasyarakatan yang menunjukkan bahwa keberagaman itu menjadikan sesuatu hal yang menarik untuk ditonton. Dan yang lebih terpenting tontonan itu menonjolkan semangat nilai-nilai Ketuhanan yang maha Esa.

Bila dilihat dari perspektif etika penyebutan diri sebagai pers pancasila bagi pers Indonesia oleh dewan pers, yang beranggotakan insan pers ditambah unsur masyarakat yaitu ulama, pendidik, akademis dan unsur pemerintah, merupakan suatu bentuk kesadaran etika mereka, terhadap adanya nilai-nilai etika bangsa terutama yang bersumber dari sila Ketuhanan yang maha Esa. Pers, film, radio dan televisi Indonesia memang wajib memiliki kekuatan moral yang bersumber dari nilai-nilai agama, moral dan etika bangsa sebagai aplikasi nilai-nilai Ketuhanan yang maha Esa, sehingga eksistensi komunikasi Indonesia terutama dalam abad ke 21 itu bersifat fungsional dan bukan sekedar substansional. Film, radio, dan televisi nasional tidak boleh menunjukkan kesadaran etikanya kepada semangat liberalisme barat, melainkan harus mengacu kepada pancasila sebagai suatu sumber nilai yang telah banyak memberikan kekuatan moral yang bersifat fundamental dan universal bagi manusia Indonesia dalam hidup bermasyarakat, berbangsa dan bernegara. Untuk itu konsep dasar nilai-nilai ketuhanan dalam pancasila masih relevan untuk digunakan sebagai landasan penyiaran.<sup>36</sup>

Anwar juga menegaskan bahwa dari pengertian etika dan moral merupakan kegiatan jurnalistik dengan menggunakan media cetak (surat kabar dan majalah) dan media elektronik (film, radio dan televisi) serta saluran lainnya (internet) sebagai hubungan antar manusia dalam sistem komunikasi pancasila, diwujudkan dalam bentuk etik jurnalistik wartawan Indonesia dan pedoman perilaku penyiaran dan perfilman yang berisi seperangkat norma yang menjadi pedoman baik insan pers, insan penyiaran dan insan perfilman dalam menjalankan tugas profesionalnya. Kode etik dan pedoman perilaku penyiaran itu dapat

---

<sup>36</sup> *Ibid*, h. 223



diselaraskan dengan nilai-nilai pancasila, karena secara umum etika dasar pancasila pada hakekatnya adalah kebebasan dan tanggung jawab.<sup>37</sup>

Pendidikan masyarakat makin baik, diharapkan menjadi pangkal masuknya unsur-unsur negatif dari acara-acara yang disajikan media televisi. Melihat banyaknya acara maka secara tidak langsung, masyarakat telah terpropaganda oleh media televisi. Dari segi kecepatan liputan berita, televisi jauh meninggalkan surat kabar. Kalau surat kabar menyiarkan berita suatu peristiwa setelah peristiwa itu lewat, sementara penonton televisi dapat menyaksikan suatu peristiwa pada saat yang sama ketika peristiwa itu terjadi. Beberapa contoh bagaimana televisi menyiarkan peristiwa-peristiwa yang cukup spektakuler dan menegangkan saat pemirsa menontonnya seperti peristiwa peledakan menara kembar gedung WTC di Amerika Serikat pada tanggal 11 september 2001 yang disiarkan langsung ke seantero dunia pada saat peristiwa itu terjadi. Demikian pula rakyat Indonesia dapat menyaksikan langsung penyerbuan pasukan Densus 88 hari Sabtu tanggal 8 Agustus 2009 yang menyerbu masuk kedalam rumah teroris Noordin M. Top di Temanggung Jawa Tengah disaksikan langsung oleh para pemirsa pada saat terjadinya peledakan di depan kedubes Australia, 9 September 2004, pemboman di Sari Club dan Paddy's Bar, Bali pada 12 Oktober 2002. Peristiwa lainnya yang tak luput dari tayangan televisi hingga tidak dapat dilupakan karena televisi menyiarkan secara langsung seperti peristiwa bom Bali 1 dan 2, juga kasus bom Marriott 1 dan 2 dan banyak lagi. Kasus terakhir seputar kasus cecak dan buaya, figur-figur yang menjadi pemberitaan seperti : Adnan Buyung Nasution dan Tim 8-nya, kabareskrim Komjen Pol Susno Duadji, wakil Jaksa Agung Abdul Hakim Ritonga, Anggodo Widjojo, Bibit S Rianto, Candra M Hamzah. Figur-figur ini kerap tampil di televisi dimulai dari penahanan Chandra-Bibit oleh pihak kepolisian yang disebutkan sebagai serangan balik bank century. munculkan protes dari masyarakat luas. Polisi yang dituntut menjeaskan secara transparan alasan penahanan. Bahkan presiden didesak untuk membuat tim independen untuk menyelesaikan konflik itu.<sup>38</sup>

<sup>37</sup> *Ibid*, h. 224

<sup>38</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta, Graha Ilmu, 2010), h. 9



Lebih tegas lagi Adi Badjuri (2010 : 10) menegaskan pesatnya pertumbuhan dan kecenderungan masa depan industri televisi di Indonesia, terutama dengan lahirnya banyak stasiun televisi lokal di daerah, menjanjikan banyak harapan. Harapan bukan hanya pada pertumbuhan usaha di bidang televisi itu sendiri, melainkan yang tidak kalah pentingnya adalah dampak positif dari hadirnya TV lokal, seperti berkembangnya kehidupan sosial, budaya dan politik serta ekonomi daerah yang tentu akan bermuara pada terbukanya lapangan kerja bagi masyarakat setempat, kemajuan daerah, kemajuan masyarakat daerah dan seterusnya. Televisi merupakan salah satu media massa elektronik yang sangat berpengaruh pada kehidupan masyarakat yang memasukkan informasi investigasi dalam salah satu program beritanya.

#### **F. Sejarah Dan Perkembangan Tv One**

Tv One (sebelumnya bernama Lativi) adalah sebuah stasiun televisi swasta Indonesia. Stasiun televisi ini didirikan pada tanggal 9 Agustus 2002 oleh pengusaha Abdul Latief. Pada saat itu, konsep penyusunan acaranya adalah banyak menonjolkan masalah yang berbau klenik, erotisme, berita kriminalitas dan beberapa hiburan ringan lainnya. Sejak tahun 2006, sebagian sahamnya juga dimiliki oleh Grup Bakrie yang juga memiliki antv. Pada 14 Februari 2008, Lativi secara resmi berganti nama menjadi tvOne, dengan komposisi 70 persen berita, sisanya gabungan program olahraga dan hiburan. Abdul Latief tidak lagi berada dalam kepemilikan saham tvOne. Komposisi kepemilikan saham tvOne terdiri dari PT Visi Media Asia sebesar 49%, PT Redal Semesta 31%, Good Response Ltd 10%, dan Promise Result Ltd 10%. Direktur Utama tvOne saat ini adalah Erick Thohir yang juga merupakan Direktur Utama Harian Republika.

Pada Selasa, 12 Februari 2008, pukul 19.00 WIB Malam, merupakan saat bersejarah karena untuk pertama kalinya tvOne mengudara. Peresmian dilakukan oleh Presiden Republik Indonesia, Susilo Bambang Yudhoyono, tvOne menjadi stasiun tv pertama di Indonesia yang mendapatkan kesempatan untuk diresmikan dari Istana Presiden Republik Indonesia. TvOne secara progresif menginspirasi masyarakat Indonesia yang berusia 15 tahun ke atas agar berpikiran maju dan melakukan perbaikan bagi diri sendiri serta



masyarakat sekitar melalui program News and Sports yang dimilikinya. Mengklasifikasikan program-programnya dalam kategori News One, Sport One, Info One, dan Reality One, tvOne membuktikan keseriusannya dalam menerapkan strategi tersebut dengan menampilkan format-format yang inovatif dalam hal pemberitaan dan penyajian program. Sebagai pendatang baru dalam dunia News, tvOne telah mempersiapkan bentuk berita baru yang belum pernah ada sebelumnya. Seperti Apa Kabar Indonesia, yang merupakan program informasi dalam bentuk diskusi ringan dengan topik-topik terhangat bersama para narasumber dan masyarakat, disiarkan secara langsung pada pagi hari dari studio luar tvOne. Program berita hardnews tvOne dikemas dengan judul : Kabar Terkini, Kabar Pagi, Kabar Pasar, Kabar Siang, Kabar Petang dan Kabar Malam. Kemasan yang berbeda juga disuguhkan oleh Kabar Petang, menampilkan bentuk pemberitaan yang menghadirkan secara langsung berita-berita dari Biro Pusat Jakarta dan beberapa Biro Daerah ( Medan, Surabaya, Makassar ) dengan bobot pemberitaan yang berimbang antar semua Biro. Program ini meraih penghargaan MURI (Museum Rekor Indonesia) sebagai “Tayangan Berita yang Dibacakan Langsung Oleh 5 Presenter dari 4 Kota Yang Berbeda Dalam Satu Layar”. Sedangkan Kabar Malam bekerjasama dengan seluruh media nusantara untuk menghasilkan editorial yang lengkap, kredibel dan dinamis (Sumber : <https://docs.google.com/ditpolkom.bappenas.go.id>).

Tayangan Sport tvOne akan meliputi pertandingan-pertandingan unggulan yang disiarkan langsung, mulai dari Kompetisi Sepakbola Nasional (Copa Indonesia), Sepak Bola Eropa (Liga Inggris dan Liga Belanda), Kompetisi Bola Basket Nasional (IBL) dan Bola Voli Nasional (Pro Liga). tvOne juga menayangkan program-program Selected Entertainment yang mampu memberikan inspirasi bagi para pemirsa untuk maju dan selalu berpikiran positif, tanpa unsur membodohi. Pada awal tahun ini, tvOne memiliki 26 stasiun pemancar dan pada akhir tahun akan menjadi 37 stasiun pemancar di berbagai daerah dengan jumlah potensi pemirsa 162 juta pemirsa. Melalui perkembangan tersebut, diharapkan penyebaran semangat tvOne untuk mendorong kemajuan bangsa dapat terealisasi dengan baik.



## **G. Media Sebagai Penyampai Dan Penafsir Informasi**

### **1. Media Sebagai Penyampai Informasi**

Perkembangan teknologi televisi yang sempat terhenti akibat perang dunia kedua, tumbuh pesat pada akhir 1940-an. Para reporter televisi yang umumnya sebelumnya adalah reporter radio melakukan pemberitaan inisiatif sehingga mendesak peran radio. Namun berita masih penting bagi radio, meskipun karakternya berubah. Radio kini lebih condong keberita-berita local yang jarang disentuh oleh televise. Durasi pemberitaannya juga menjadi lebih singkat, dan berita-berita nasional atau internasional hanya disinggung sebatas lalu. Pada tahun 1969 delapan stasiun radio mencoba menjadi media eksklusif, namun usaha ini tidak berhasil karena berita yang disiarkan hanya di ulang-ulang dan sedikit sekali orang mau menunggu radio untuk mendengar berita penting.

Karena sifatnya yang menarik mata, sebagian besar siaran televisi adalah nonberita. Namun peran televisi yang sangat diminati karena cepat, lugas dan lengkap dalam meliput sesuatu. Pada awal 1960-an para wartawan televisi, yakni Howard k.Smith, Edward P.Morgan, Walter Cronkie, Eric Sevaried dan tim Chet Huntley serta David Brinkley sudah lebih populer ketimbang para pewarta radio 1930-an. Pada 1960-an berita dan komentar televisi demikian penting sehingga NBC News menghabiskan 25 persen waktu siarannya untuk aneka berita mulai dari sidang senat, berita pemilihan umum, konvensi partai politik dan sebagainya (William : 2004 : 221-222).

### **2. Media Siaran Sebagai Penafsiran Informasi**

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa pentingnya televisi adalah media informasi utama bagi orang Amerika. Sebagai penyampai informasi, media siaran memang unggul. Namun ini kurang menggembirakan para jurnalis televise karena sebagai penafsir informasi, media ini kurang berhasil. Walter Cronkite dari CBS menyebutkan sebagai krisis komunikasi karena kebanyakan kota hanya memiliki satu Koran sebagai penafsir berita, dan kedudukan monopoli seperti ini acapkali disalahgunakan (William : 2004 : 227).. Ia mengeluh karena dalam media siaran tidak pernah tersedia cukup waktu untuk menampilkan pendapat dari berbagai sisi atau suatu hal.



Namun kenyataannya, media siaran sebenarnya punya waktu namun hampir tidak pernah menggunakannya untuk melakukan peliputan secara mendalam. Semua radio berita selama ini pun hanya menyampaikan pokok-pokok berita, tanpa menggali suatu berita secara mendalam, dan tiap berita hanya disampaikan selama satu atau dua menit saja. Para jurnalis radio dan televisi sendiri sering menganggap bahwa berita apa saja bisa disampaikan hanya dalam waktu 59 detik. Pengecualian hanya untuk program siaran khusus berita yang disiarkan oleh sejumlah stasiun pendidikan di beberapa kota (William : 2004 : 227).

#### H. Informasi

Dalam aktifitas kegiatan manusia informasi sangat diperlukan, karena dengan adanya informasi yang baik maka manusia mampu menerima sesuatu yang baru dalam kehidupannya. Orang yang setiap ingin menerima informasi baik dari manapun dan mampu memilih dan memilahnya berarti manusia tersebut adalah haus dengan pengetahuan dan perkembangan. Informasi itu dapat di terima dari orang secara langsung, melalui media yaitu media massa seperti surat kabar, blutrin, majalah, radio dan televisi. Dalam karya ilmiah ini di fokuskan pada informasi dari media televisi, salah satunya tayangan yang bersifat propokatif yang membangun sikap dan perilaku seseorang. Dalam tulisan ini akan di fokuskan pada tayangan Indonesia Lowyers Club yang di siarkan oleh TV swasta yaitu TV One.

Muatan yang sering di tayangkan oleh TV one informasi perkembangan kegiatan Politik. Yang dimasud dengan kegiatan politik di sini ialah aktifitas yang dilakukan oleh organisasi atau lembaga politik terhadap masyarakat pada umumnya, terhadap anggota organisasi politik yang bersangkutan pada khususnya. Terlepas dari polarisasi ideologi politik yang berkembang di dunia masa kini yaitu ideologi komunis atau sosialisme di satu pihak dan ideologi demokrasi liberal di lain pihak, maka setiap Negara pada hakekatnya berusaha mengembangkan sistem politik yang sesuai dengan aspirasi bangsa dan Negara yang bersangkutan.

Fakta bahwa televisi bisa dilihat sebagai sumber informasi dan juga sumber hiburan di waku luang (*leisure pleasure*) konsisten dengan pandangan di mana materi hiburan juga bersifat informasional, dan bahwa program-program



informasional dikonstruksi dengan cara tertentu sehingga meyenangkan untuk di tonton. Informasi dan hiburan di televisi pada akhirnya tidak terbedakan. Ini sungguh sebuah warisan budaya yang menarik yang menyebabkan beberapa orang berpendapat bahwa hanya tragedy yang berbobot, sementara komedi pada dasarnya bersifat ringan, bahwa informasi ini bernilai, sedangkan hiburan patut di curigai sebab ia bersifat iseng/ fun dan karenanya memanjakan diri (*self-indulgent*). Hiburan datang dalam berbagai bentuk sebuah program tentang peristiwa actual bisa sama menghibur dengan komedi situasi, tapi dengan cara berbeda.<sup>39</sup>

Dalam sebuah pemahaman sederhana mengenai faktualitas, televisi merupakan media informasi karena serangkaian programnya digambarkan sebagai bersifat factual : berita, documenter, *current affairs*. Televisi menawarkan informasi melalui teks (*teletex*), melalui *channel* seperti Discovery, melalui segmen seperti Zona Belajar (*learning Zone*) di BBC2. Bisa dikemukakan bahwa hakikat khusus televisi di rumah, multi *channel*, sebuah simulacrum realitas (*a simulacrum of reality*) berarti bahwa informasi apa pun yang disediakan punya dampak khusus, mungkin sejenis keterpercayaan, yang misalnya tidak didapat dengan cara berkunjung ke bioskop.<sup>40</sup> Yang pasti bahwa informasi televisi ada dalam konteks industri informasi lain seperti halnya hiburan.

### I. Siaran Langsung

Apakah berita langsung (*hard news*)? *Hard news* adalah berita yang serius. Cerita kebakaran merupakan contoh berita *hard news*. Berita langsung biasanya merupakan berita yang ditempatkan dibagian awal siaran berita: perang, pembunuhan, perampokan, penyakit baru, atau penyembuhan penyakit adalah contoh *hard news*. Sering kali ada konsekuensi yang tidak bisa dihindari, yaitu reporter harus berurusan dengan hal itu. Dalam sebuah *hard news*, hal pertama yang anda harus lakukan adalah wawancara pihak yang paling berwenang. Dalam kasus kebakaran pihak yang paling berwenang adalah kepala pemadam

<sup>39</sup> Graeme Burton, *Membincangkan Televisi (Sebuah Pengantar Kajian Televisi)*, Penerjemah : Laily Rahmawati, Penerbit : Jalasuta : Yogyakarta : 2011), h.81

<sup>40</sup> *Ibid*, h.81



kebakaran. Dalam kecelakaan, pihak yang paling berwenang adalah polisi yang bertugas menangani seluruh kegiatan disana. Itu akan menjadi pilihan pertama.<sup>41</sup>

Dalam penayangan Indonesia Lawyers Club di TV One yang dipandu oleh bang Karni (panggilan akrab) disiarkan secara langsung, dan inilah yang membuat tayangan ini menarik serta mendialogkan secara langsung oleh para narasumber yang berkompeten. Mengungkap kasus-kasus di negeri ini dengan teratur, istilah ini sering disebut dengan *news backgrounders* Santi Indra Astuti (2008) yaitu membuat khalayak pemirsa memahami awal peristiwa hingga situasinya berkembang. Berita kasus korupsi Jaksa Urip yang berujung pada jatuh vonis 20 tahun penjara pada dirinya, misalnya dapat diberi *backgrounders* berupa awal kasus yang melibatkan jaksa Urip, KPK, dan tersangka penyuap Artalyta yang menghantarkan jaksa Urip ketahanan.

Melakukan siaran langsung merupakan kegiatan jurnalisme yang paling sulit, paling rumit dan paling dramatis dibandingkan dengan liputan lainnya. Pengaruh dari gambar yang disajikan kepada penonton televisi dalam siaran langsung begitu besar dibandingkan dengan liputan biasa yang telah direkam dan diedit terlebih dahulu. Juru kamera yang mengambil gambar dalam siaran langsung, harus memiliki keterampilan yang sama baiknya dengan ketika ia merekam gambar peristiwa yang bukan siaran langsung.<sup>42</sup>

Menyajikan berita secara langsung dari tempat peristiwa kepada penonton dengan menggunakan teknologi canggih membutuhkan perencanaan yang hati-hati agar mampu menghasilkan laporan yang baik dan menarik. Selain itu, untuk menghasilkan laporan langsung yang baik dibutuhkan kerja sama tim yang tangguh dan juga sedikit keberuntungan.<sup>43</sup>

Daya tarik televisi sebagai media sebagian sangat tergantung pada kemampuan untuk menayangkan sebuah *event* secara langsung. Menariknya siaran langsung tidak hanya karena unsure partisipasi dan kehadiran stasiun tersebut pada *event* yang di maksud, tapi asumsi yang dimunculkan, bahwa apa yang kita saksikan tak termediasi, tak terkontaminasi dan akurat. Oleh karena itu

<sup>41</sup> Nancy Reardon, *On Camera, Menjadi Jurnalis TV Andal dan Profesional*,...h.

9

<sup>42</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta, Fajar Interpratama Offset, 2008), h. 64

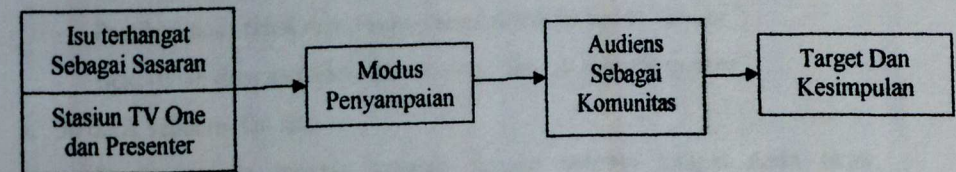
<sup>43</sup> *Ibid*, h.64



kemampuan *live report* sangat penting. *Live report* menggabungkan konsep program berita dan *reality show*.<sup>44</sup>

Ada hal yang menarik yang disiarkan secara langsung siaran Indonesia Lawyers Club di TV One, yaitu modus penyampiannya, yaitu mampu menyajikan hal-hal yang sangat akurat dan hangat untuk di perbincangkan oleh khalayak. Untuk itu dalam penulisan penelitian ini perlu juga memahami gagasan penyampaian dalam penyiaran. Gagasan tentang modus penyampaian (*mode of address*) berasal dari teori linguistik dan perhatian pada komunikator aktif, penggunaan bahasa, serta konteks dimana sesuatu dikatakan. Meskipun demikian keliru jika semata-mata menekankan pada gagasan tentang penyampaian, tentang televisi sebagai sejenis corong yang berbicara dsudut atau dipojok. Sebaliknya, kita seharusnya menggulirkan gagasan ihwal orang yang dituju dan memahami frasa itu untuk memasukkan semacam hubungan dengan pemirsa, menyusun cara medium digunakan. Tentu saja cara teks diciptakan sangat menentukan pandangan tentang seperti apa audiens itu, kita berbicara dengan cara tertentu pada orang yang berbeda.<sup>45</sup>

#### Media



Model yang menghubungkan modus penyampaian (dikutip dari contoh Graeme : 2000 : 32)

Liputan siaran langsung yang berhasil akan tergantung kepada waktu yang tepat dan tempat yang tepat pula, namun demikian sebenarnya liputan langsung yang baik sangat tergantung kepada persiapan, keberanian, dan antisipasi.

<sup>44</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, (Yogyakarta, Graha ilmu, 2010), h. 148-149

<sup>45</sup> Graeme Burton, *Membincangkan Televisi (Sebuah Pengantar Kajian Televisi)*, Penerjemah : Laily Rahmawati, Penerbit : Jalasuta : Yogyakarta : 2011), h. 31-32



Mengapa masalah keberuntungan ini menjadi salah satu faktor yang menentukan keberhasilan siaran langsung? Banyak kasus dimana kondisi lapangan terkadang berbeda dengan apa yang sebelumnya telah diperkirakan. Suatu tim liputan siaran langsung suatu ketika mendapat posisi liputan yang demikian bagusnya sehingga juru kamera berhasil mengambil gambar yang sangat dramatis yang berlangsung hanya beberapa detik sementara juru kamera lain tidak berhasil merekamnya. Faktor-faktor seperti ini dapat dikategorikan sebagai keberuntungan. Namun demikian, faktor keberuntungan ini sebenarnya dapat diperkecil atau diminimalisasi dengan perencanaan yang baik yang dilakukan sejak awal.<sup>46</sup>

Di bawah ini beberapa tips untuk menghasilkan *live report* yang baik :

1. *Pre – Reporting Preparation*
  - *Check and re-check*, kebenaran even/topic yang menjadi subjek laporan. Mencakup waktu, tempat dan narasumber.
  - Lakukan riset bahan melalui telepon, internet, ataupun media lainnya.
  - Persiapan personal dan teknis.
2. *On Location*
  - Kumpulkan semua informasi dan data awal yang didapat dari lapangan.
  - *Get ambience of the venue*.
  - Pastikan anda tidak menghadapi kendala teknis ketika “*on air*”.
  - Bekerjalah dengan efektif dan efisien, “*time is everything here*”.
3. 30 detik sebelum *On air*
  - Pastikan anda merasa nyaman dengan suasana tempat anda akan melaporkan dan anda nyaman dengan diri anda sendiri.
  - Anda memiliki semua materi siaran dan menguasainya.
  - Anda percaya diri dengan penampilan anda.
  - Fokuskan pikiran anda pada materi laporan, bukan pada yang lain.
  - Menghafal atau *pointers*.
  - *Use effective and appropriate non verbal language (mimic, gesture, head movement and off course ... smile).*

<sup>46</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, (Jakarta, Fajar Interpratama Offset, 2008), h.64



- Jangan pernah lupa memberikan atribusi untuk data yang anda kutip.<sup>47</sup>

Dalam melakukan peliputan secara langsung yang perlu dipertimbangkan bagi stasiun televisi yaitu sumber daya yang dimilikinya yang meliputi peralatan penunjang dan manusia yang akan mengoprasikannya. Setelah mengetahui sumber daya yang dimiliki maka langkah selanjutnya adalah bagaimana memanfaatkan sumber daya itu secara efisien, ekonomis dan logis.

Hal kedua yang perlu diperhatikan ketika stasiun televisi akan melakukan siaran langsung adalah mempersiapkan *game plan* atau rencana permainan, yang dapat dimengerti oleh semua orang yang terlibat didalamnya. Tanpa adanya rencana permainan yang disertai dengan pembagian tanggung jawab yang jelas maka orang-orang yang terlibat di dalam tim, tidak tau kapan dan dibagian mana mereka harus berkonsentrasi.<sup>48</sup>

Tim redaksi yang bertugas adalah kelompok yang paling bertanggung jawab terhadap keseluruhan paket tayangan saat itu, mulai dari penyusunan naskah hingga materi siap siar. Tim redaksi tersebut biasanya adalah orang-orang yang terdiri atas para reporter/ presenter/ Host dan juru kamera.<sup>49</sup>

Pengarah acara adalah orang yang bertanggung jawab setelah semua siap siar. Ia harus membuat segala persiapan administrasi termasuk menyusun *run down* urutan masing-masing tayangan. Kemudian penayangan di televisi adalah pekerjaan tim yang melibatkan banyak orang. Siaran yang berisikan materi-materi yang siap tayang memerlukan kejelian dan kecermatan yang sangat baik. ruang studio juga harus memperoleh intensitas pencahayaan cukup sehingga diperlukan juru lampu (*lightingman*) yang harus *stand by* setiap saat untuk menghasilkan efek objek baik kontras maupun *silouet*. Demikian pula untuk mengatur volume suara yang terekam di dalam gambar (*natural sound*) diperlukan seorang juru suara (*sound man*).<sup>50</sup>

Menurut Nancy Reardon dalam bukunya *On Camera Menjadi Jurnalis TV dan Profesional* bahwa melakukan siaran langsung sejauh ini kedengaran sederhana, namun ada banyak kesalahan yang bisa terjadi. Ini bukan situasi yang

<sup>47</sup> Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, ...h. 149

<sup>48</sup> Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, ...h. 65-66

<sup>49</sup> Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional*, ...h.

<sup>50</sup> *Ibid*, h.161



terkendali seperti distudio. Ketika anda melakukan siaran langsung orang tidak selalu melakukan atau mengatakan hal yang anda harapkan. Teknologi adalah hal yang luar biasa, tetapi hanya saat teknologi tersebut berfungsi dengan baik. Hukum Murphy sangat mungkin terjadi dalam siaran langsung. Hal buruk yang dapat bisa terjadi bisa benar-benar terjadi. Dengan demikian, anda dan kru anda harus cepat berpikir dan bertindak spontan. Koresponden Veteran CBS News phil jones mengatakan seperti ini “hampir selalu ada sesuatu yang tidak beres, tak terduga dalam sebuah siaran langsung”. Phil sedang meliput pengendalian meliter utama, yang tidak memperkenalkan kamera untuk dibawa masuk. Jadi produser berencana untuk menggunakan isyarat ketika vonis dibacakan. Phil berada diruangan dan begitu produser keluar dan memberikan isyarat, ternyata ia memberikan isyarat yang salah. Isyaratnya tercampur aduk sehingga mempermalukan phil.<sup>51</sup>

Itu hal yang paling membingungkan dan bagaikan bencana bagi pengalamannya melakukan siaran langsung. Itu adalah merupakan siaran yang kacau dan berantakan. Dan bahkan dia tahu ada sesuatu yang salah. Alih-alih menyembunyikan kekacauan yang terjadi, dia malah mengatakan kepada pemirsa bahwa ia tidak yakin dia itu benar. Dia berkata kepada para penonton “tunggu sebentar, saya rasa ini tidak benar”. Pelajaran yang dapat diambil disini adalah : kejujuran, ketika segala sesuatu berjalan serba salah, sebetulnya penonton akan selalu dapat menerimanya. Hal ini langsung di konfirmasi dengan Phil bagaimana ia menangani kekacaubalauan itu. “Anda menanganinya dengan baik karena Anda telah mempersiapkan semua materi berita. Anda tahu semua materinya, Anda tahu apa masalahnya. Dan ketika anda harus melakukan perbaikan, dan melakukan maneuver, Anda tahu konteksnya. Jika Anda tidak mengenala narasumber, jika anda tidak tahu materi berita, Anda akan mati. Saya tidak peduli betapa hebatnya anda, jika anda belum membahas atau meneliti tentang materi itu sepenuhnya itu akan terlihat buruk.<sup>52</sup>

Siaran langsung menurut Deddy Iskandar Muda dalam bukunya *Jurnalistik Televisi* menjadi Reporter Profesional tidak bisa dipandu oleh seorang reporter/

<sup>51</sup> Nancy Reardon, *On Camera, Menjadi Jurnalis TV Andal dan Profesional*,...h.

<sup>52</sup> *Ibid*, h. 125



presenter/ host junior, tetapi hanya bisa dilakukan oleh mereka yang sudah berpengalaman atau senior. Pada penyelenggaraan siaran langsung semua *crew* sudah siap memiliki kemampuan mengambil keputusan yang cepat dan tepat. Karena itu siaran langsung sebenarnya beresiko sangat tinggi apabila tidak ditangani secara profesional. Semua *crew* yang terlibat harus berpacu dengan waktu. Tidak lagi ada yang dapat menundanya. Bagi seorang reporter, SOP yang harus dilakukan adalah sebagai berikut :

#### 1. Persiapan

- a. Lakukan hunting lokasi beberapa kali sebelum siaran.
- b. Perhitungkan waktu jarak tempuh lokasi.
- c. Himpun data sebanyak mungkin dari berbagai pihak
- d. Susunlah data sejelas mungkin
- e. Cari orang ahli untuk diwawancarai pada saat siaran (jika mungkin)
- f. Berkonsultasi kepada produser jika ada keraguan.
- g. Cek mikropon dan *head-set*.
- h. Cari tahu mekanisme penggunaan *cue start* dan lain-lain.
- i. Usulkan kepada produser dan pengarah acara, apabila menginginkan ishot gambar tertentu.

#### 2. Saat Siaran.

- a. Datang paling tidak satu jam sebelum siaran.
- b. Cek apabila ada perubahan yang mendadak.
- c. Cek semua peralatan yang akan digunakan
- d. Cari tahu apakah pengendali *off-on* panel suara secara sentral atau local.
- e. Konsultasikan kepada pengarah teknik jika ada masalah teknik.
- f. Letakkan semua kertas data pada posisi yang mudah dikontrol.
- g. *Stand-by* pada posisi paling lambat 30 menit sebelum saat siaran.
- h. Perhatikan dengan penuh konsentrasi "cue-start"
- i. Perhatikan TV monitor secara seksama sebagai panduan komentar

Jangan menanggalkan *head-set* selama siaran langsung.<sup>53</sup>

<sup>53</sup> Deddy Iskandar Muda, *Jurnalistik Televisi, Menjadi Reporter Profesional, ...h.*



### BAB III

#### METODOLOGI PENELITIAN

##### A. Metode Penelitian

Metode pada dasarnya adalah untuk mencapai tujuan. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memecahkan dan menentukan valid atau tidaknya sebuah penelitian. Menurut Nawawi tujuan penelitian ini sebenarnya adalah untuk memecahkan masalah, maka langkah-langkah yang di tempuh harus relevan dengan masalah yang dirumuskan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, menurut Isac dan Michael metode deskriptif adalah metode atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesis atau membuat prekdiksi.

##### B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini di laksanakan di Desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara. Letak Geografis desa ini adalah :

Sebelah Timur Berbatasan dengan PTPN II

Sebelah Barat Berbatasan dengan Desa Tembung

Sebelah Selatan Berbatasan dengan PTPN II

Sebelah Utara Berbatasan dengan Desa Badar Klipah

Waktu penelitian dilaksanakan selama 3 minggu, terhitung dari tanggal 10 Juni sampai dengan 30 Juni 2013.

##### C. Populasi dan Sampel

###### 1. Populasi

Populasi adalah jumlah keseluruhan dari unit analisa yang ciri-cirinya akan diduga.<sup>54</sup> Dan yang menjadi populasi dalam penelitian ini adalah seluruh masyarakat dengan usia 20-40 tahun yang terdapat di desa Sambirejo Timur yang berjumlah 1.055 orang.

<sup>54</sup> Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*, (LP3ES. Jakarta), 152



## 2. Sampel

Sampel adalah sebagian atau wakil yang akan di teliti<sup>55</sup> sedangkan hadi mengatakan<sup>56</sup> sebahagian individu yang diselidiki itu disebut sampel atau contoh. Untuk menentukan jumlah sampel dalam penelitian ini penulis menggunakan rumus Yamane<sup>57</sup> yaitu :

$$n = \frac{N}{Nd^2 + 1}$$

Dimana :

n = Sampel

N = Populasi

D = Tingkat presesi diantara  $\pm 10\%$  dengan tingkat kepercayaan  $90\%$

Jadi jumlah sampel dalam penelitian ini adalah

$$n = \frac{1055}{(1055)(0,1)^2 + 1}$$

$$n = \frac{1055}{(1055)(0,01) + 1}$$

$$1055$$

<sup>55</sup> Ibid, h. 152

<sup>56</sup> Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, (Gadjah Mada University Press : Yogyakarta :1995), h. 144

<sup>57</sup> Jalaluddin Rahkmat, *Metode Penelitian komunikasi*, (Remaja Rosda Karya : Bandung : 1998), h.82.



$$n = \frac{10.55}{10.55 + 1}$$

$$10.55 + 1$$

$$1055$$

$$N = \frac{1055}{11.55}$$

$$11.55$$

$N = 31.34$  dikenakan menjadi 92 orang

Di dalam penelitian ini teknik sampel yang digunakan adalah teknik sampel proporsional. Menurut Sugiono proporsional sampling adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kelompok.

#### Strata proposal

Populasi	Jumlah populasi	Sampel	% Sampel
Lingkungan I	313	23	25 %
Lingkungan III	217	23	25 %
Lingkungan V	303	23	25 %
Lingkungan VII	222	23	25 %
Jumlah	1055	92	

#### Keterangan :

1. Setiap jumlah populasi diambil sebagai sampel dalam penelitian ini sebanyak 23 orang.
2. Persentase sampel di dapat dari hasil pembagian sampel dengan jumlah keseluruhan sampel di kali % sampel.

Di dalam penelitian ini teknik sampel yang di gunakan adalah teknik sampel aksidental. Menurut subiono sampling aksidental adalah teknik penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan



peneliti di jadikan sebagai sampel, bila dipandang orang kebetulan ditemui cocok sebagai sumber data.

### 3. Teknik pengumpulan Data

Adapun teknik pengumpulan data yang dilakukan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Penelitian kepustakaan
- b. Penelitian yang mempelajari dan mengumpulkan data-data dan literature serta sumber bacaan yang relevan dan mendukung penelitian ini.<sup>58</sup>
- c. Penelitian Lapangan

Pengumpulan data secara langsung diperoleh dengan menyebarkan angket kepada responden untuk memilih salah satu jawaban yang telah di sediakan.<sup>59</sup>

### 4. Teknik Analisis Data

Menurut Singarimbun analisa tabel tunggal adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah di baca dan di interpretasikan.jadi analisa tabel tunggal di gunakan untuk membagi variabel-variabel penelitian kedalam jumlah frekuensi dan presentase.

### D. Operasionalisasi Variabel

Agar variabel-variabel yang akan diteliti jelas penggunaannya di lapangan, maka diterjemahkan kedalam operasionalisasi adalah sebagai berikut :

Variabel Teoritis	Variabel Operasional
Persepsi Publik pada tayangan kasus korupsi Dalam acara Indonesia Lawyers Club di TV One	1. Pembawa Acara

<sup>58</sup> Hadri Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*...h. 30

<sup>59</sup> *Ibid*, h.31



Kognitif	2. Isi Acara
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Kepercayaan</li> <li>- Pengetahuan</li> <li>- Pemahaman</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Informasi</li> <li>b. Tampilan Koruptor</li> <li>c. Dialog Interaktif</li> </ul>
Afektif	3. Frekuensi Penayangan
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Senang</li> <li>- Suka</li> <li>- Puas</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Hari</li> <li>b. Jam penayangan</li> <li>c. Durasi</li> </ul>
Konitif	
<ul style="list-style-type: none"> <li>- Keinginan</li> <li>- Tindakan</li> </ul>	
Karakteristik Responden	<ul style="list-style-type: none"> <li>a. Agama</li> <li>b. Usia</li> <li>c. Pendidikan</li> </ul>

#### E. Defenisi Operasional

Dalam menyempurnakan dan meletakkan konsep-konsep pada tabel operasional yang dapat di ukur maka di bawah ini akan di jelaskan beberapa defenisi operasional dan akan di paparkan satu-persatu yaitu :

1. Pembawa acara merupakan orang yang membawakan acara Indonesia Lawyers Club di TV One
  - a. Kredibilitas merupakan seperangkat persepsi komunikan tentang kelebihan-kelebihan yang dimiliki sumber sehingga di terima dan di ikuti publik
  - b. Atraksi merupakan daya tarik yang dimiliki oleh seorang komunikator yang merupakan salah satu faktor yang harus dimiliki oleh seorang komunikator selain kredibilitas, faktor ini menentukan berhasil atau tidaknya suatu komunikasi.
2. Program acara merupakan kegiatan yang dilaksanakan di saat acara Indonesia Lawyers Club di Tv One



1. Informasi	Informasi
2. Dialog interaktif dan pro serta kontra	Dialog interaktif dan pro serta kontra
3. Frekuensi penayangan	Frekuensi penayangan
4. Kognitif	Kognitif
5. Afektif	Afektif

- a. Berkaitan dengan informasi
  - b. Para Pelaku Korupsi
  - c. Dialog interaktif dan pro serta kontra
3. Frekuensi penayangan merupakan kapan acara Indonesia LawyersClub tersebut ditayangkan yaitu berkaitan dengan hari, jam penayangan, durasi atau lamanya penayangan acara tersebut.
  4. Kognitif adalah perubahan yang terjadi apabila ada perubahan yang diketahui, dipahami atau persepsi oleh publik dan perubahan itu berkaitan dengan transmisi pengetahuan, keterampilan, kepercayaan, informasi dan pemahaman, berkaitan dengan apa yang diketahui masyarakat mengenai acara Indonesia Lawyers Club di TV One.
  5. Afektif merupakan perubahan yang dapat terjadi apabila ada perubahan pada apa yang dirasakan oleh publik, disenangi atau dibenci publik, perubahan ini berkaitan dengan emosi seorang yang berupa rasa senang atau tidak senang, suka dan juga rasa puas ketika publik melihat tayangan Indonesia Lawyers Club Di tV One.



## BAB IV

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

## A. Proses Pengumpulan Data

## 1. Tahap Awal

Peneliti Mengidentifikasi masalah yang akan diteliti yaitu Persepsi Publik pada tayangan kasus korupsi Dalam acara Indonesia Lawyers Club di TV One.

## 2. Prosedur Pengumpulan Data

Pengumpulan data dilakukan dari tanggal 10 Juni sampai dengan 30 Juni 2013

## B. Analisis Data

Variabel (Z) yaitu Identitas atau Karakteristik Responden

Tabel 1

Pendistribusian Jawaban Publik  
Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Uraian	Frekwensi	Persentase
1	Islam	75	92.5 %
2	Kristen	12	6.25 %
3	Budha	2	1 %
4	Hindu	3	1.25 %
	Jumlah	92	100

Sumber Angket No. 1

Berdasarkan tabel 1 di atas dapat diperoleh data yang menunjukkan bahwa dari 92 Publik terdapat 75 (92.5 %) orang reponden beragama Islam yang peneliti dapat dari angket yang disebarkan sedangkan terdapat 12 ( 6.25 %) Publik beragama



kristen, 2 (1 %) beragama Budha dan 3 (1.25 %) beragama hindu. Dalam penarikan sampel yang digunakan peneliti menggunakan teknik sampling aksidental. Disini yang lebih mendominasi adalah agama Islam, karena mayoritas penduduk desa sambirejo timur adalah beragama Islam. Wajar apabila kebanyakan Publik merupakan yang beragama Islam.

Tabel 2

## Distribusi Jawaban Publik

## Berdasarkan Usia

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	20-40 Tahun	55	59.60
2	40 ke atas	37	40.40
	Jumlah	92	100

Sumber Angket No.2

Berdasarkan tabel 2 di atas maka terlihat bahwa dari 92 orang Publik dapat diperoleh data yang menunjukkan 55 (59.60 %) orang Publik berusia di antara 20-40 Tahun, ini menunjukkan bahwa hampir mayoritas penonton tayangan Indonesia lawyers Club di TV One dikatakan dewasa. Sementara Publik yang berusia 40 Tahun katas berjumlah 37 (40.40 %) orang. Ini menunjukkan bahwa penonton di atas usia 40 tahun tidak mendominasi. Di terbukti ketika peneliti menyebar angket di desa sambirejo timur.

Tabel 3

## Distribusi Jawaban Publik

## Berdasarkan Pendidikan

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	SMP	45	59.00
2	SMA	35	31.00



3	S1	12	10.00
	Jumlah	92	100

Sumber Angket 3

Apabila berdasarkan tabel 3 di atas dapat diperoleh data yang menunjukkan bahwa 45 (59.00%) orang Publik berpendidikan Sekolah Menengah Pertama (SMP), selanjutnya yang berpendidikan sekolah menengah Atas sebanyak 35 (31 %) orang dan yang berpendidikan strata satu (S1) sebanyak 12 Orang (10.00%). Bahwa dari hasil temuan di lapangan kebanyakan yang menonton tayangan acara Indonesia Lawyers Club di Tv One adalah berpendidikan SMP, dan yang paling sedikit berpendidikan S1. Ini mungkin faktor sumber daya manusianya yang belum banyak mengenyam pendidikan strata satu dan masih tamat SMP dan SMA saja di desa Sambirejo Timur ini. Namun tidak terlalu mempengaruhi isi penelitian ini.

Tabel 4

## Distribusi Jawaban Publik

## Kelebihan Pembawa Acara Indonesia Lawyers Club di TV One

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	55	69.00
2	Kurang Setuju	25	31.00
3	Tidak Setuju	12	10.00
	Jumlah	92	100

Sumber Angket no.4

Dari informasi tabel di atas menunjukkan bahwa publik terbesar sangat setuju dengan pembawa acara Indonesia Lawyers Club di TV One yang di pandu oleh warawan senior yaitu Karni Ilyas, beliau juga Pimpinan Redaksi TV One. Adapun 25 orang kurang setuju (31.00%) tidak mempengaruhi kualitas tayangan tersebut, terlebih juga ada 12 orang (10.00%) yang tidak setuju dengan sikapnya ketika



membawa acara Indonesia Lawyers Club tersebut di TV One. Namun begitu pun juga harus menjadi bahan kajian terhadap mutu dan peningkatan kualitas tayangan tersebut. Agar ada wajah perubahan pertelevisian indonesia semakin menjadikan objek perhatian. Tidak kalah dengan televisi-televisi luar, yang kian hari semakin banyak di tinggalkan oleh pemirsanya sendiri yaitu publik indonesia. Untuk itu masukan dan sumbangsih pemikiran yang sfatnya membangun perindustrian televisi sebaiknya di tingkatkan kembali.

Tabel 5

## Distribusi Jawaban Publik

## Menegenai Daya Tarik

## Pembawa Acara Indonesia Lawyers Club di TV One

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	48	51.09
2	Kurang Setuju	28	31.52
3	Tidak Setuju	16	17.39
	Jumlah	92	100

Sumber Angket No.5

Bila diperhatikan tabel di atas menunjukkan publik terbanyak yaitu 48 (51.09%) orang mengatakan setuju ternyata pembawa acara Indonesia Lawyers Club Karni Ilyas memiliki daya tarik tersendiri dalam menyajikan acara, sedangkan yang menyatakan kurang setuju 28 (31.52%) orang, publik yang kurang setuju mungkin diakibatkan pembawa acaranya sudah berusia 60 tahun. Sehingga menurut mereka pemampilannya kurang menarik. Sementara publik yang menilai tidak setuju sebanyak 16 (17.39%) orang. Dari temuan diatas bahwa kebanyakan publik mengatakan setuju terhadap daya tarik pembawa acanya. Sehingga tayangan Indonesia Lawyers Club masih layak di tonton dan memiliki kelayakan dalam menyajikan berita dan bahkan tidak kalah penting dengan tema-tema siaran yang lainnya yang ada di televisi berskala nasional. Dan kemampuan



pembawa acaranya juga tidak perlu diragukan lagi. Di karenakan Karni Ilyas merupakan Wartawan Televisi senior yang memiliki dedikasi yang sangat baik dalam perkembangan pertelevisian Indonesia.

Tabel 6

### Distribusi Jawaban Publik terhadap Informasi yang di Peroleh

#### Dari Tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One

##### Dalam menambah keilmuan atau wawasan.

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	61	66.22
2	Kurang Setuju	20	21.65
3	Tidak Setuju	11	12.13
	Jumlah	92	100

Sumber Angket no.6

Dari informasi data yang diperoleh di atas publik terbanyak yaitu 61 (65.22%) orang menyatakan setuju bahwa informasi dari tayangan program Indonesia Lawyerc Club di TV One dapat memberikan penambahan Ilmu dan wawasan dengan baik, karena program-programnya selalu *up to date* terhadap isu-isu yang berkembang di negara ini. Sementara 20 (21.65 %) mengatakan kurang setuju, ini di sebabkan karena masih mnyentuh permasalahan korupsi yang tidak kunjung selesai di tuntaskan namun juga ada yang dituntaskan. Dan data yang menunjukkan publik tidak setuju 11 (12.13%) orang. Dengan temuan di tas bahwa ternyata dari keseluruhan tayangan Indonesia Lawyers Club dapat memberikan informasi keilmuan dan menambahkan wawsan publik. Jadi tayangan yang selalu menyajikan perkembangan yang terkini sangat baik dalam menambahkan informasi keilmuan dan terlebih pembahasannya langsung di siarkan dan di dialogkan dengan narasumber-narasumber yang profesional dan kompeten dibindangnya masing-masing. Terutama mengenai hukum, negara, hukum tata negera dan persoalan-persoalan yang berkaitan dengan hukum di negara republik



indonesia. Terutama yang menyangkut tindak pidana korupsi yang juga di atur dalam konstitusi negara Republik indonesia.

**Tabel 7**

**Distribusi Jawaban Publik**

**Terhadap ketransparanan para Koruptor yang terkena kasus Korupsi**

**Di acara Indonesia Lawyers Club TV One**

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	45	48.75
2	Kurang Setuju	34	37.13
3	Tidak Setuju	13	14.13
	Jumlah	92	100

Sumber Angket No.7

Keterangan tabel 7 memperlihatkan bahwa publik banyak menjawab setuju terhadap ketransparanan para koruptor yang terkena kasus korupsi segera di selesaikan dengan jumlah publik menjawab setuju 45 (48.74 %). Kemudian yang menjawab kurang setuju 34 (37.13 %) terhadap ketransparanan para koruptor yang terkena korupsi. Dan yang menjawab tidak setuju sangat sedikit berjumlah 13 (14.13%) orang. Artinya bahwa publik menginginkan kasus-kasus korupsi yang menjerat para koruptor harus segera di tuntaskan. Jangan menjadi beku dan madul. Tidak ada pernah ada titik penyelesaiannya, sehingga banyak publik jenuh dengan kondisi hukum di indonesia, terutama pada penegakan hukum tindakan korupsi. Ketidak tegasan penegakan hukum oleh pemangku kebijakan juga menyebabkan lemahnya hukum di Indonesia. Sehingga terkadang hukum dapat diperjual beli oleh para pemilik kekuasaan dan pemilik uang saja. Sementara hukum di mata publik yang tidak memiliki kekuasaan dan uang kan terasa tajam sekali.lihat saja contoh yang sering terjadi di negara ini, pencuri sendal, pencuri kakau dan satu tandan pisang dihukum berat. Sementara para pencuri uang rakyat dan negara berkeliaran menghirup udara segar. Dan bahkan dapat menikmati udara



negara luar negeri. Dan bahkan kalau pun ada yang di tahan mereka dapat menyulap ruang tahanan seperti hotel bintang lima. Sungguh kondisi hukum yang memperhatikan.

**Tabel 8 Distribusi Jawaban Publik**

**Terhadap Dialog Interaktif**

**Pada program Indonesia Lawyers Club di TV One**

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	54	58.62
2	Kurang Setuju	31	33.78
3	Tidak Setuju	6	6.60
	Jumlah	92	100

Sumber Angket no.8

Sumber data yang di dapat dari hasil tabel diatas menunjukkan bahwa jumlah publik menjawab setuju terhadap tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One adalah 54 (58.62%) orang. Kemudian publik yang menjawab kurang setuju yaitu 31 (33.78) orang. Dan publik menjawab tidak setuju yaitu sebanyak 6 (6.60%) orang. Artinya bahwa mayoritas publik menyatakan setuju dengan dialog yang ada di program tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One. Dengan adanya dialog interaktif dapat menunjukkan suasana hidupnya forum pembahasan tentang kasus-kasus korupsi. Karena banyak perhatian bangsa ini tentang kasus korupsi, dari kasus bank century, kasus Gayus Tambunan dan baru-baru ini yang melibatkan petinggi demokrat yaitu kasus hambalang. Dan sontak menyedot perhatian seluruh rakyat indonesia. Karena yang dahulunya partai yang di gadang-gadang sebagai partai yang anti korupsi dan bersih dari korupsi dan bahkan presiden saat ini juga di usung dari partai demokrat. Untuk itu publik sangat tertuju dengan kasus yang melibatkan para petinggi partai demokrat. Maka di tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One selalu menyajikan dialog-dialog



yang hangat seputar kasus-kasus yang terjadi. Terutama dari kasus-kasus besar yangtelah di paparkan di atas.

Tabel 9

## Distribusi Jawaban Publik

Terhadap tingkat perhatian dan kepercayaan Publik pada Tayangan

## Indonesia Lawyers Club di TV One

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	49	53.18
2	Kurang Setuju	22	25.00
3	Tidak Setuju	20	22.82
	Jumlah	92	100

Sumber angket No.9

Temuan data tabel di atas menunjukkan bahwa publik yang menjawab setuju terhadap tingkat perhatian dan kepercayaan publik pada tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One adalah 48 (53.18%) orang. Kemudian publik yang menjawab kurang setuju terhadap tingkat perhatian dan kepercayaan dengan tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One yaitu 22 (25.00%). Dan tingkat kepercayaan publik dengan tidak setuju pada perhatiannya dan kepercayaanya pada tayanga Indonesia Lawyers Club di TV One hanya 20 (22.82%) orang saja. Secara keseluruhan ternyata mayoritas publik yang ada di desa sambirejo timur ketika program Indonesia Lawyers Club tayang banyak di tonton oleh publik. Dan sangat sedikit sekali yang menjawab tidak percaya. Ini menunjukkan bahwa tayangan Indonesia Lawyers Club masih dipercaya dan bahkan sebahagian tontonan altrenatif yang terbaik. Meskipun kebanyakan publik mendominasi pendidikannya hanya tamat sekolah menengah pertama (SMP) dan menyusul publik yang tamat SMA (sekolah menengah atas). Ini menunjukkan juga bahwa peningkatan dan daya serap informasi dari tayangan ini dapat diterima oleh semua kalangan. Dan menjadikan wajah dan kelebihan tersendiri bagi dunia pertelevisian



tanaah air kita. Untuk lebih menjadi sebuah alternatif yang terbaik, agar kualitas dan programnya lebih ditingkatkan lagi. Supaya masyarakat semakin antusias.

**Tabel 10**

**Distribusi Jawaban Responden**

**Terhadap Memberikan Pengetahuan**

**Di acara Indonesia Lawyers Club TV One**

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	54	58.62
2	Kurang Setuju	26	28.00
3	Tidak Setuju	12	13.21
	Jumlah	92	100

Sumber angket no 10

Sumber data yang diperoleh dari publik mengenai apakah tayangan Indonesia Lawyers Club memberikan pengetahuan menjawab setuju sebanyak 54 (58.62%). Kemudian yang menjawab kurang setuju bahwa tayangan Indonesia Lawyers Club memberikan kontribusi ilmu pengetahuan sebanyak 26 (28.00%) orang. Dan yang menjawab tidak setuju sangat sedikit berjumlah 12 (13.21%) orang saja. Dari hasil temuan ini membuktikan bahwa pada umumnya masih memberikan manfaat tersendiri terutama bagi kontribusi ilmu pengetahuan publik. Dan sangat sedikit publik yang menjawab tidak setuju. Walaupun demikian hal ini tidak menjustifikasi kebenaran secara keseluruhan apakah manfaat tersebut berdampak secara langsung atau berkesinambungan. Dan terutama bagi kecerdasan publik terhadap sadar hukum. Karena begitu banyaknya masyarakat saat ini yang tidak sadar hukum. Sehingga terkadang banyak sekali aturan-aturan yang telah ditetapkan oleh pemerintah masih banyak yang melanggar. Dan bahkan tidak kurang dari masyarakat yang menjadi pelaku pelanggaran hukum tersebut. Untuk itu sebenarnya pengetahuan tentang sadar hukum itu sangat perlu. Maka respon yang baik terhadap bagaimana publik menyatakan bahwa dapat manfaat



pengetahuan dari tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One yang selalu menyajikan persoalan penuntasan hukum dan korupsi di negeri ini.

Tabel 11

## Distribusi Jawaban Publik

Terhadap memahami Tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	54	58.62
2	Kurang Setuju	27	30.43
3	Tidak Setuju	11	11.95
	Jumlah	92	100

Sumber Angket no.11

Hasil data tabel di atas menunjukkan bahwa publik yang menjawab setuju terhadap tingkat memahami isi acara Indonesia Lawyers Club di TV One sebanyak 54 (58.62%) orang. Selanjutnya publik yang menyatakan kurang setuju terhadap memahami isi acara Indonesia Lawyers Club di TV One sebanyak 27 (30.43%) orang. Dan publik yang mengatakan tidak setuju memahami tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One sebanyak 11 (11.95%) orang. Sehingga secara keseluruhan dari hasil temuan tersebut bahwa publik desa sambirejo timur ketika menonton tayangan Indonesia Lawyers Club memahami isi acara tersebut. Dan sedikit sekali publik yang memahaminya. Hal ini di karenakan salah satu faktornya adalah tingkat pendidikan yang sangat minim yaitu sekolah menengah pertama (SMP).

Sumber data ini memiliki tingkat kepercayaan yang sangat tinggi. Artinya bahwa bahagian dari acara, program acara, pembawa acara dan dialog interaktifnya sangat mudah dipahami dan memberikan kontribusi yang terbaik untuk perkembangan pengetahuan masyarakat indonesia. Terkhusus kepada pemirsa yang ada di desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Sumatera Utara.



Tabel 12

## Distribusi jawaban Publik

Terhadap Ketertarikan pada tayangan Indonesia Lawyers Club

Di TV One

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	56	60.78
2	Kurang Setuju	29	31.00
3	Tidak Setuju	6	6.60
	Jumlah	92	100

Sumber Angket 12

Data yang diperoleh dari publik desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara yang menyatakan setuju sebanyak 56 (60.78%) terhadap ketertarikan untuk selalu menonton tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One. Kemudian publik yang menjawab kurang setuju sebanyak 29 (31.00%) orang terhadap tingkat ketertarikannya pada tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One. Dan penilaian publik terhadap ketertarikan pada tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One menyatakan tidak setuju sangat sedikit yaitu dengan jumlah 6 (6.66%) orang saja. Dari hasil temuan ini membuktikan publik selalu menanti tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One setiap minggunya. Artinya dari keseluruhan masyarakat yang ada di desa sambirejo timur pada umumnya tertarik dengan adanya tayangan Indonesia Lawyers Club, ini membuktikan bahwa informasi yang di serap sangat baik, tayangan yang disuguhkan selalu membuat publik menanti, kontribusi pengetahuan yang diberikan sangat baik, programnya mampu menandingi program-program stasiun televisi yang lain. Pembawa acaranya yang sangat profesional juga menyedot perhatian publik di desa sambirejo timur. Dan ini menjadi salah satu keunikan tersendiri bagi pertelevisian di negara republik Indonesia.



Tabel 14

## Distribusi Jawaban Publik

## Terhadap Kepuasan Publik Pada Acara

## Indonesia Lawyers Club di TV One

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	62	67.31
2	Kurang Setuju	28	30.51
3	Tidak Setuju	2	2.17
	Jumlah	92	100

Sumber Angket no. 14

Dari temuan di atas menunjukkan bahwa publik menyatakan setuju terhadap kepuasan mereka pada acara Indonesia Lawyers Club di TV One, adapun publik yang menjawab setuju sebanyak 62 (67.31%) orang. Kemudian publik yang menjawab kurang setuju sebanyak 28 (30.51%) orang. Dan publik menjawab tidak setuju terhadap kepuasan tayangan Indonesia Lawyers Club di Tv One sebanyak 2 (2.17%) jumlah yang sangat sedikit sekali. Dari temuan data diatas menunjukkan tingkat kepercayaan publik dengan nilai kepuasan ketika menonton tayangan Indonesia Lawyers club begitu tinggi. Dan yang menyatakan tidak setuju hanya 2 orang saja. Apabila tingkat kepuasan telah muncul dengan baik terhadap tayangan tersebut, berarti tayangan tersebut mendapat perhatian yang sangat baik oleh publik. Ini suatu respon yang sangat mendasar bahwa sebenarnya publik menginginkan bahwa tayangan yang selalu di susguhkan oleh Indonesia Lawyers Club dengan tema mengangkat wajah hukum dinegeri ini terutama kepada para pelaku korupsi dan pelaku makelar hukum. Ada sebuah keinginan publik untuk sistem yang jelas dan transparan agar negara yang di idam-idamkan sebagai negara yang makmur dan berjaya akan berlangsung dengan baik, dan bahkan dapat menjadi keteladanan bagi negeri yang sedang berkembang. Dan siapapun mengharapkan negaranya baik dalam penegakan hukum.



Tabel 13

## Distribusi Jawaban Publik

Selalu senang dan Suka Terhadap Tayangan

Indonesia Lawyers Club di TV One

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	52	56.45
2	Kurang Setuju	33	36.95
3	Tidak Setuju	7	7.60
	Jumlah	92	100

Sumber Angket 13

Data Tabel diatas sebuah fakta yang menunjukkan bahwa publik desa sambirejo timur kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang sangat senang dan suka sekali dengan tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One, terbukti jumlah publik yang menjawab setuju sangat banyak yaitu 52 (56.45%) orang. Kemudian publik yang menjawab kurang setuju terhadap senang dan suka pada tayangan Indonesia Lawyers Club berjumlah 33 (36.95%) orang. Dan jumlah yang tidak terlalu signifikan publik yang tidak setuju dengan selalu senang dan suka terhadap tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One hanya berjumlah 7 Orang dengan persentase 7.60 % saja. Ini menunjukkan bahwa kebanyakan dan mayoritas para penonton tayangan indonesia Lawyers Club sangat senang dan suka. Dan ini dibuktikan oleh publik yang berada didesa sambirejo timur dengan begitu antusias mereka menunggunya setiap acara itu dimulai. Ini salah satu faktor penyebabnya telah kita uraikan terlebih dahulu yaitu program yang berbeda dengan televisi lainnya, selalu mengangkat isu yang spektakuler yang terkadang televisi lain enggan mengungkapkannya. Dan pembawa acara yang proaktif terhadap dialog-dialog yang disajikan dalam program tersebut. Dan narasumber yang bertaraf nasional dan bahkan bertaraf internasional di hadirkan dalam acara tersebut sehingga menarik perhatian publik.



Tabel 15

## Distribusi Jawaban Responden

Terhadap Kerinduan akan selalu menyaksikan Tayangan

Indonesia Lawyers Club di TV One

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	62	66.31
2	Kurang Setuju	25	28.26
3	Tidak Setuju	5	5.43
	Jumlah	92	100

Sumber Angket No. 15

Temuan dari tabulasi data tabel di atas menunjukkan bahwa tingkat kepercayaan dan bahkan kerinduan akan selalu menyaksikan tayangan Indonesia Lawyers Club sangat tinggi di desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang. Ini dibuktikan dengan jumlah publik menjawab setuju berjumlah 62 orang dengan rata-rata persentase yaitu 66.31%. kemudian publik yang mengatakan kurang setuju berjumlah 25 orang dengan jumlah persentase 28.26 % saja. Dan yang menyatakan tidak setuju terhadap kerinduan akan selalu menyaksikan tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One berjumlah 5 orang dengan persentase 5.43 % saja. Ini menunjukkan bahwa tingkat keyakinan publik dengan program tayangan Indonesia Lawyers Club begitu baik. Sehingga program-program diskusi dialog interaktifnya membuat publik selalu kepingin dan kepingin selalu menontonnya. Untu kelas tayangan televisi skala nasional tayangan indonesia lawyers club yang dahulunya Jakarta Lawyers Club sudah menyentuh kepada lapisan masyarakat berskala menengah kebawah. Dengan terbukti temuan dari peneliti kali ini, banyak publik yang diteleiti merupakan tamatan sekolah menengah pertama (SMP) ini selalu jadi faktor ukuran bahwa semua tayangan akan bisa bersifat edukasi atau memiliki nuansa pendidikan tatkala program-program yang ditawarkan mampu menyentuh kepada semua



kalangan, baik dari status sosial, agaman, budaya, ekonomi dan tarap pendidikannya. Dan tayangan Indonesia Lawyers Club salah satunya yang di tayangkan oleh stasiu TV One.

**Tabel 16**

**Distribusi Jawaban Publik**

**Terhadap Edukasi penyerapan Informasi Kepada Publik**

**Pada program Indonesia Lawyers Club di TV One**

No	Jawaban	Frekwensi	Persentase
1	Setuju	45	46.09
2	Kurang Setuju	30	31.00
3	Tidak Setuju	12	10.00
	Jumlah	92	100

Sumber Angket No 16

Sumber tabel diatas menunjukkan bahwa publik sangat menerima edukasi penyerapan Informasidari tayangan Indonesia lawyers Club yang ditayangkan di TV One. Dari hasil data yang diperoleh publik yang menjawab setuju terhadap pembeberian edukasi informasi yaitu berjumlah 45 orang dengan persentase 46.09 %. Kemudian untuk publik yang menjawab kurang setuju terhadap edukasi penyerapan informasi berjumlah 30 orang dengan persentase 31.00 %. Dan yang menjawab tidak setuju dengan pemberian edukasi penyerapan informasi kepada publik di tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One berjumlah 12 orang dengan persentase 10 %. Dari jumlah yang ada bahwa secara keseluruhan publik yang berada di desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan kabupaten Deli Serdang sangat diberikan nilai-nilai pendidikan dalam penyerapan Informasi kepada publik. Untuk itu sangatlah strategis acara dan informasi yang telah ditawarkan oleh program Indonesia Lawyers Club yang langsung dipandu oleh wartawan televisi senior dan jga pimpinan redaksi TV One yaitu Karni Ilyas. Dengan mengahdirkan narasumber bertarap nasional dan internsional.



### C. Hasil Penelitian

Dalam menghasilkan data yang baik seorang peneliti atau penulis itu harus mampu mengkombinasikan antara data pustaka dan data temuan lapangan. Kemudian di analisis dengan baik. Yaitu dengan cara observasi langsung dengan penyebaran angket serta wawancara dengan beberapa pertanyaan-pertanyaan kepada publik yang akan dijadikan sampel. Dari hasil tersebut diperoleh data yang menjelaskan bahwa dari karakteristik publik yang beragama Islam sebanyak 75 orang, beragama kristen 12 orang, Budha 2 orang, Hindu 3 orang.

Sementara itu mengenai usia publik diperoleh lebih banyak publik yang berusia 20-40 tahun yaitu sebanyak 55 Orang. Mengenai tingkat pendidikan publik menunjukkan lebih banyak di dominasi dengan tamatan sekolah menengah pertama (SMP). Secara umum membuktikan bahwasannya publik yang ada di desa Sambirejo timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang masih minim sumberdaya manusianya.

Kemudian dari penelitian ini diperoleh data yang menjelaskan bahwa pembawa cara pada tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One memiliki daya tarik yang sangat luar biasa, ini dikarenakan sosok seorang Karni Ilyas merupakan wartawan Senior dan sudah lama sekali mengabdikan hidupnya untuk dunia pers tanah air. Sehingga kelihaiannya dalam memerankan dan memainkan perannya sangat luar biasa. Sehingga kasus-kasus mega korupsi dapat di sajikan dengan baik, sehingga mampu membangun persepsi terhadap publik di seluruh Indonesia. Serta penegakkan hukum yang harus dibenahi, dan peradilan yang mesti menjadi ratu kadilan dapat terwujud di negeri yang berasaskan hukum ini.

Kemudian dialog interaktif yang disuguhkan sangat menarik sesuai dengan perkembangan kasus-kasus yang terjadi di pemerintahan mengenai korupsi dan para koruptoryang ada di negeri ini. dan menjadikan bahan pengembangan informasi sekaligus pengedukasian terhadap nilai-nilai hukum yang ada di negara republik Indonseia.

Dan publik merasa menarik dengan hadirnya program tayangan Indoneisa Lawyers Club di TV One yang dahulunya program Jakarta Lawyers Club



diperuntukkan kepada lawyers-lawyers saja. Nah sekarang dengan perubahan nama menjadi Indonesia Lawyers Club dampaknya membumih di seantero pelosok negeri, sehingga peminat dan penonton bukan saja dari kelas kalangan elit saja. Namun sudah semua kalangan yaitu dari desa, kota, buruh, tani, karyawan swasta, karyawan negeri, pelajar, mahasiswa, pengusaha, politisi, anggota dewan, guru, dosen, profesor, menteri dan bahkan tidak menutup kemungkinan kepala negara juga antusias mengikuti program ini.

Ini menunjukkan ada wajah baru yang mampu suguhkan oleh dunia pertelevisian negeri ini. Dengan mampu mengungkap kasus-kasus korupsi yang melibatkan partai penguasa negeri ini. Dan mengungkap skandal hukum dan hak azasi manusia yang selalu terjadi pelanggaran oleh palaku kebijakan hukum dan pemangku kebijakan hukum. Dengan adanya tayangan ini memberikan warna tersendiri dan memberikan informasi yang terbaru, sehingga publik menjadi dewasa dalam memahami hukum di Indonesia. Yang selama ini terkesan dittakuti oleh hukum sendiri.

Dan dengan adanya tayangan ini membangun bangsa dan publik akan sadar hukum terhadap kepedulian hukum dan bahkan melek terhadap hukum. Karena hukum dibuat untuk ditaati, bukan untuk dilanggar. Saatnyalah bangsa ini mulai berbenah dan menata kembali kepercayaan publik tentang perilaku korupsi di negara ini. Membangun sebuah persepsi baik sangat sulit, namun membangun persepsi jelek itu sangat mudah. Mulailah dari hal yang terkecil sehingga mampu mewujudkan hal yang terbesar untuk bangsa, negeri dan tanah air kita semua.

Jadi hasil penelitian yang telah dipaparkan di atas yang diperoleh melalui penyebaran angket kepada responden kemudian bahwasannya yang telaah menjadi anggapan dasar dalam penelitian ini dapat dikatakan benar adanya, karena masih banyak publik yang ikut adil dalam program Indonesia Lawyers Club di TV One.



## BAB V

### PENUTUP

#### A. KESIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilakukan maka ada beberapa hal yang menjadi kesimpulan peneliti sebagai akhir dari bagian bab dalam penelitian ini dapat disimpulkan adalah sebagai berikut :

1. Dapat disimpulkan bahwa hampir keseluruhan publik desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Povinsi Sumatera Utara senang dan menyukai tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One. Karena dapat dilihat dari temuan dengan besarnya persentase publik mengatakan senang dan menyukainya.
2. Selanjutnya penelitian di desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Povinsi Sumatera Utara senang dengan pembawa acara Indonesia Lawyers Club di TV One yaitu Karni Ilyas merupakan wartawan Senior dan sudah lama sekali mengabdikan hidupnya untuk dunia pers tanah air. Sehingga kelihaianya dalam memerankan dan memainkan perannya sangat luar biasa. Sehingga kasus-kasus mega korupsi dapat di sajikan dengan baik, sehingga mampu membangun persepsi terhadap publik di seluruh Indonesia. Serta penegakkan hukum yang harus dibenahi, dan peradilan yang mesti menjadi ratu kadilan dapat terwujud di negeri yang berasaskan hukum ini.
3. Dan dalam penelitian ini publik merasa menarik dengan hadirnya program tayangan Indoneisa Lawyers Club di TV One yang dahulunya program Jakarta Lawyers Club diperuntukkan kepada lawyers-lawyers saja. Nah sekarang dengan perubahan nama menjadi Indonesia Lawyers Club dapam membuming di seantero pelosok negeri, sehingga peminat dan penonton bukan saja dari kelas kalangan elit saja. Namun sudah semua kalangan yaitu dari desa, kota, buruh, tani, karyawan swasta, karyawan negeri, pelajar, makahsiswa, pengusaha,



politisi, anggota dewan, guru, dosen, profesor, menteri dan bahkan tidak menutup kemungkinan kepala negara juga antusias mengikuti program ini.

## B. SARAN

Dari hasil penelitian yang telah dilakukan maka peneliti dapat memberikan beberapa masukan yang dapat bermanfaat bagi publik desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara :

1. Program acara adalah salah satu program yang disuguhkan di televisi sebagai sarana informasi yang sangat dibutuhkan publik. Dalam acara Indonesia Lawyers Club di TV One sangat di anggap penting di suguhkan di siarkan setiap hari. Dan ada sebagian publik tidak setuju apabila tayangan Indonesia Lawyers Club di TV hanya 1 minggu sekali.
2. Dan Publik desa Sambirejo Timur Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang Provinsi Sumatera Utara lebih menyuguhkan program yang lebih menyentuh kepada kepentingan umum.



## DAFTAR PUSTAKA

- Adi Badjuri, *Jurnalistik Televisi*, Yogyakarta, Graha ilmu, 2010.
- Alex Sobur, *Psikologi Umum*, CV. Pustaka Setia : Bandung : 2003.
- Arman , Joni, *News and Cuurent Affair Production*, Pusat Pengembangan Bahan Ajar UMB : 2010
- Alim Sumarno, M.Pd, *Teknik Penyutradaraan Dalam Produksi Media Vidieo* (<http://elearning.unesa.ac.id/myblog/alim-sumarno/teknik-penyutradaraan-dalam-produksi-media-video>: Minggu 12 Juni 2011 : 06:18 Wib : di akses Minggu 27 November 2011, pukul 01:17 Wib)
- Anwar Arifin, *Sistem Komunikasi Indonesia*, Simbiosis Rekatama Media : Bandung : 2011
- Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi, Teori dan Praktik*, (Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009
- Budi Utami, MSi, *Dasar-dasar Jurnalistik Televisi, Menulis Untuk Televisi I* (Materi Perkuliahan XII : Ilmu Komunikasi : Prodi : Broadcasting), h. 1-3 [xa.yimg.com/kq/groups/23378711/.../name/modul+dasjur-12.doc](http://xa.yimg.com/kq/groups/23378711/.../name/modul+dasjur-12.doc)
- Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*, PT. Remaja Rosdakarya, Bandung, 2007
- Darajat, *Teori Komunikasi*, Jakarta : Universitas Terbuka Jakarta : 1994
- Graeme Burton, *Membincangkan Televisi (Sebuah Pengantar Kajian Televisi)*, Penerjemah : Laily Rahmawati, Penerbit : Jalasuta : Yogyakarta : 2011.
- Hadari Nawawi, *Metode Penelitian Bidang Sosial*, Gadjah Mada University Press : Yogyakarta :1995.
- Jalaluddin Rahkmat, *Metode Penelitian komunikasi*, Remaja Rosda Karya : Bandung : 1998.
- , *Psikologi Komunikasi*, Bandung : Remaja Rosdakarya Offset : 1996
- Morissan, *Jurnalistik Televisi Mutakhir*, Jakarta, Fajar Interpretama Offset, 2008



Mutakhir Morissan, *Jurnalistik Televisi*, Jakarta, Kencana, 2008

Nancy Reardon, *On Camera, Menjadi Jurnalis TV Andal dan Profesional*, (USA, Hak terjemahaan dalam bahasa Indonesia pada Penerbit Erlangga berdasarkan Perjanjian resmi tanggal 29 juni 2009

Onong Uchana Effendy, *Dinamika Komunikasi*, (Bandung, Remaja Rosdakarya, 1986

-----, *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*, (Bandung, Citra Aditya Bakti, 2000

Rachmat Kriyantono, *Public Relation Writing, Media Public Relations Membangun Citra Korporat*, (Jakarta, Fajar Interpratama, 2008

S.Djuarsa Sendjaja, P.hd, *Teori Komunikasi*, Jakarta : Universitas Terbuka Jakarta : 1994

Singarimbun, *Metode Penelitian Survey*, LP3ES. Jakarta.

Suwardi Lubis, *Teori-Teori Komunikasi sebuah konsepsi, analissi dan aplikasi*,

Askurifai Baksin, *Jurnalistik Televisi, Teori dan Praktik*, Bandung, Simbiosis Rekatama Media, 2009

Surjadi, *Pengembangan Kinerja Pelayanan Publik*, Bandung, Refika Aditama, 2009

Teddy Resmisari Pane, *Speak out: panduan praktis dan jitu memasuki dunia broadcasting dan public* Jakarta : PT.Gramedia Pustaka Utama : 2004



## DAFTAR WAWANCARA

### ANGKET

#### A. Petunjuk Pengisian

1. Angket ini hanya bertujuan untuk penelitian, untuk itu tidak ada maksud lain yang dapat merugikan pihak-pihak tertentu
2. Kepada Bapak/ Ibu/ Saudara/ ri mohon kesediaannya untuk mengisi angket ini dengan sebagik munngkin dan sejujur-juurnya.
3. Atas kesediaan dan partisipasinya peneliti mengucapkan terima kasih

#### B. Karakteristik Responden

1. Agama
  - a. Islam
  - b. Kristen
  - c. Budha
  - d. Hindu
2. Usia
  - a. 20-40 Tahun
  - b. 40 Tahun Keatas
3. Pendidikan
  - a. Sekolah Menengah Pertama (SMP)
  - b. Sekolah Menengah Atas (SMA)
  - c. Strata Satu (S1)



### C. Program Acara Tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One

NO	Pertanyaan	Jawaban		
		Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1	Pembawa Acara di Indonesia Lawyers Club di TV One memiliki Kelebihan			
2	Pembawa Acara di Indonesia Lawyers Club di TV One memiliki daya tarik			
3	Informasi yang diperoleh dari tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			
4	Ketransparanan Kasus Korupsi dan para Koruptor di tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			
5	Menyukai Tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			

### D. Persepsi Publik

NO	Pertanyaan	Jawaban		
		Setuju	Kurang Setuju	Tidak Setuju
1	Pehatian dan kepercayaan terhadap tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			
2	Memberikan Ilmu Pengetahuan tayangan Indonesia			



	Lawyers Club di TV One			
3	Memahami tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			
4	Ketertarikan pada tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			
5	Kepuasan pada tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			
6	Senang dan suka terhadap tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			
7	Kerinduan pada tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			
8	Sebagai Edukai tayangan Indonesia Lawyers Club di TV One			

**Hormat Saya**

**Peneliti**



**Winda Kustiawan**



IA  
3  
1

74